Revista del
CONSUMIDOR

PROFECO SOBRE RUEDAS

Procuraduría Federal del Consumidor • México • Número 314 • ABRIL 2003 • www.profeco.gob.mx • $ 18.00 • ISSN 0185-8874

EL LABORATORIO REPORTA
QUESOS Y CREMAS

¿ALIMENTA BIEN a sus hijos?
LAS CIFRAS DE LA DESNUTRICIÓN

PLATILLO SABIO PROFECO
HAMBURGUESA

QUÉ PLÁN CONVIENE
¿A CRÉDITO O AL CONTADO?

SEMANA SANTA
VACACIONES CON **5 SENTIDOS**

PARA COMPRAR UNA
MASCOTA

Informe especial:
ROPA ÍNTIMA FEMENINA

Quién es quién en los precios de ropa íntima femenina

Profeco

sumario

Buzón del lector 4

Miscelánea del consumo 6

25 derechos básicos 8

Antes de contratar 12
• Tiempos compartidos y paquetes turísticos

Somos consumidores 16
• Por turismo accesible

Profeco en acción 18
• Profeco más cerca de usted

Quién es quién en los precios 38
• Ropa interior para dama

Hábitos de consumo 42
¿Cómo compramos ropa íntima?

Alimentación y nutrición 60
• La nutrición infantil en México

Qué hay detrás de... 62
• Compra de mascotas

Los consumidores opinan 72
• ¿Ama en verdad a su mascota?

Pequeños consumidores 74

Yo, consumidor 76

30

El Laboratorio Profeco reporta

Ropa interior para dama

Tecnologías domésticas 52

Queso tipo crema

calendario 2003

78

Usted puede consultar este **calendario** mes a mes y obtener la información que necesita para planear sus gastos y ahorrar en la medida de lo posible.

A partir de las 2 de la mañana del domingo 6 de abril inicia el horario de verano, que termina a las 2 de la mañana del domingo 26 de octubre. como usted sabe, esto es con la finalidad de ahorrar energía.

Abril 2003 · Núm. 314

20 Radiografía de los servicios

Compra de electrodomésticos a crédito

Entrega especial 10

Vacaciones con sentido

56

Platillo sabio Profeco

Hamburguesa de pollo

46 El Laboratorio Profeco reporta

Cremas y quesos

Directorio

Procuradora Federal del Consumidor
María Eugenia Bracho González

Coordinador General de Investigación y Divulgación
Luis Mariano Acévez Estrada

Directora General de Publicaciones
Mónica Braun Guillén

Revista del Consumidor

Director Editorial
Mateo Miguel García

Directora de Arte y Diseño
Norma Patiño Domínguez

Jefa de Redacción
Jacqueline Ruiz Gómez

Jefa de Información
Alejandra Sánchez Plascencia

Reporteros
José Armando Aguilar Pérez,
Leonardo Huerta Mendoza

Jefes de Diseño Gráfico
Víctor M. Gutiérrez García
Pedro O. Castellanos Gómez

Diseño
Mónica Miranda Villalba, Margarito Sánchez Cabrera
Alfonso J. Solís Loza, Roberto Paz Amaya

Jefa de Corrección
Dora Torres Ponce

Consejo Editorial
María Eugenia Bracho González,
Luis Mariano Acévez Estrada,
Rafael Adrián Avante Juárez,
María del Socorro España Lomelí,
Efrén García García, Raúl García Moreno Elizondo,
Carlos Miguel Jaime Vázquez,
José Meljem Moctezuma,
Octavio Rangel Frausto

Teléfono
5568-8722

Publicidad institucional y fax
5553-0574

Envíenos sus comentarios y sugerencias a José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, Delegación Cuauhtémoc; al apartado postal 20600, México, D. F.; o vía Internet: rconsumidor@profeco.gob.mx

Foto de portada
Juan José Morín

¡Imaginar en vacaciones!

¿No está harto de visitar los mismos lugares o de realizar las rutinarias actividades de siempre cada Semana Santa? Las vacaciones son una oportunidad de descansar de la cotidianidad en compañía de la familia, y qué mejor forma de hacerlo que buscando nuevas opciones que pueden resultar más atractivas, económicas y divertidas.

En Profeco queremos invitarlo a que utilice su imaginación para hallar los espacios y las actividades que logren satisfacer a su familia y, sobre todo, a procurar la unión de todos sus miembros: un día de campo, armar un rompecabezas, visitar el zoológico, dar un paseo por el bosque más cercano, ir de pesca...

Sólo hay que dejar volar la imaginación y utilizarla como un arma con la cual podamos obtener un sinfín de alternativas para mejorar nuestra economía: mientras más posibilidades tengamos para escoger, es más fácil encontrar no sólo la más divertida, sino también la más conveniente para nuestro bolsillo.

Recuerde que usted tiene el poder de imaginar y elegir, y que siempre, Profeco lo respalda.

CRÓNICAS DE UN CONSUMIDOR COMPULSIVO
POR: TRINO
¡NO DON TRACALA, NO, NO, NO, NO! ¡ESTÁ USTED EQUIVOCADO!
¡NUNCA MÁS VOY A HACER SU "BARQUITO"... YA ESTUVO SUAVE!
¡USTED ES UN COMERCIANTE ABUSIVO, DE HÍGADOS MUY PRIETOS!
¿YO?
¡AY, CON ESA VOZ DE CORDERITO: "¿YO?" "¿DE QUÉ ME HABLAS?"
¡USTED TIENE MÁS DEMANDAS EN LA PROFECO QUE NINGÚN OTRO!
¿LA PROFECO? ¿QUÉ ES ESO?
¿AHORA ME VA A SALIR QUE NO SABE QUÉ ES ESO?
¡ES QUE LA VERDAD NO LO SÉ!
¡LA PROFECO AYUDA A LOS CONSUMIDORES EN CONTRA DE PILLOS COMO USTED!
¿NUNCA HA VISTO LA REVISTA DEL CONSUMIDOR?
NO... ¿SALEN MONITOS?
¿ALGUIEN VIO QUE YO ALGUNA VEZ LE TORCIERA EL BRAZO A QUIQUE PARA VENDERLE ALGO?
¡ES MÁS... HOY LE IBA A OFRECER ESTOS BOLETOS DE AVIÓN A MITAD DE PRECIO A UN LUGAR BOMBA!
AY, YO LOS COMPRO ¿SON PARA SEMANA SANTA?
¡CLARO... Y A MITAD DE PRECIO!
¿Y ES UN LUGAR CANDENTE? ¿CALIDO?
¡SUPER! ¡CASI PLAYERO!
AHÍ VA UN VALIENTE TURISTA-CORRESPONSAL, EN UN VIAJE BOMBA A LAS PLAYAS DE IRAQ... ¿NO LES DA ENVIDIA DE LA MALA?
TRINO

Su opinión es importante

Aquí escribe usted

Envíenos sus comentarios acerca de la revista a
Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa,
C. P. 06140, México, D. F., por Internet a
rconsumidor@profeco.gob.mx, o bien, vía fax al 5553-0574

Esperamos sus cartas

Agradecemos las felicitaciones de:

Sofía Montero Pellicer
Daniel Mora
Laura Elizabeth Arroyo Rodríguez
Ma. Luisa Herrera Ambriz
Delia Campos Mendoza
Carlos Salazar Flores
Diana Meza Iglesias

Sobre platillos y tecnologías

Soy asiduo lector de su revista. Creo que todas sus secciones son sumamente interesantes, en especial las relacionadas con la comida (recetas, platillos, conservas).

Me gustaría saber si no han plasmado en algún número especial todo lo que tenga que ver con la comida o si lo tienen contemplado. Creo que si ustedes publicaran una revista con sus fáciles y económicas recetas de sopas aguadas y secas, guisados de carne y vegetarianos, postres y pastelería, conservas, etcétera, sería de mucha utilidad para los consumidores.
Les agradezco de antemano su atención y espero que tengan en cuenta mi sugerencia.

Ricardo Luna

Hasta ahora no hemos editado en una sola publicación las recetas y tecnologías domésticas que se elaboran en esta Institución, únicamente hemos publicado algunos folletos y en diversos números especiales de la revista se incluyen platillos con motivo de la temporada, como es el caso del recetario de Cuaresma que publicamos el año pasado.

Sin embargo, agradecemos su sugerencia y la tendremos en cuenta para próximos proyectos.

Antes de comprar casa

Estoy analizando varias opciones de financiamiento para la vivienda, básicamente SOFOLES y algunos bancos. Quisiera saber si alguno de ellos está dentro de su lista negra, si existe algún estudio y si tienen recomendaciones al respecto para el consumidor.

Moisés Domínguez

En nuestra edición de septiembre de 2001 publicamos un artículo con recomendaciones a seguir antes de comprar un inmueble; para adquirir o consultar dicho número, puede acudir a la delegación **Profeco** más cercana a su domicilio. También puede solicitar el comportamiento comercial de las empresas que le interesan en la dirección electrónica seguimiento.dgqc@profeco.gob.mx
Por otro lado, la instancia encargada de recibir cualquier tipo de queja relacionada con los servicios a los que usted se refiere es la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef); para saber si el banco o la sociedad financiera con quien usted quiere contratar tiene algún tipo de queja, solicite informes en los teléfonos 5548-7000 y 01-800-714-9869, o también consulte su dirección en Internet: www.condusef.gob.mx

¿Dónde puedo encontrar las Normas?

Les escribo de industrias Cannon, pues me gustaría que me informaran dónde puedo obtener las normas que manejan en el estudio de medias y pantimedias publicado en su revista de febrero. Gracias.

Julia Castillo

Las Normas Oficiales Mexicanas (NOMs) y las Normas Mexicanas (NMXs) regulan las actividades desempeñadas por los sectores privado y público en materia de salud, medio ambiente, seguridad al usuario, información comercial, así como prácticas de comercio, industriales y laborales.
En ellas se establecen la terminología, clasificación, directrices, especificaciones, atributos, características, métodos de prueba o prescripciones aplicables a un producto, proceso o servicio con el fin de asegurar al consumidor ciertos estándares de calidad.
Si está interesada en consultar las normas utilizadas para determinar la calidad de las medias y pantimedias, puede consultar las siguientes direcciones: www.economia-noms.gob.mx y www.economia-nmx.gob.mx. También puede acudir al Instituto Nacional de Normalización Textil (Inntex), ubicado en la calle de Tolsá 54, colonia Centro, en el Distrito Federal, teléfono 5588-7822 y fax 5578-6210.

¿Bueno, bueno?

Cada vez que viajaba al extranjero, solía utilizar el servicio telefónico que brinda Tono Banamex (operado por Avantel) para poder llamar a casa.
En diciembre del año pasado visité Europa, y el teléfono que me dieron para utilizar el servicio en España no funcionó, así que compré una tarjeta prepagada por 6 euros (en ese entonces, $ 64.00 aproximadamente) con la que pude llamar a México por 60 minutos, lo que significa que el costo por minuto fue de algo así como $ 1.07.
Cuando llegué a México me llevé la sorpresa de que el minuto utilizando Tono Banamex ¡me salía en $ 25.00!, o sea que hablar 60 minutos a México desde Europa me hubiera costado $ 1,500 en vez de los $ 64.00 que gasté con la tarjeta de prepago.
Al comentar la situación con Avantel, la respuesta que obtuve de esta empresa fue que ésas son las tarifas establecidas. Les expongo esta situación porque sería interesante que ustedes hicieran un estudio de calidad de los costos y servicios en llamadas de larga distancia nacional e internacional utilizando tarjetas prepagadas, servicios como Tono Banamex y desde teléfonos privados y públicos.

Q. F. I. Xóchitl Ramírez V

En el próximo número de nuestra revista hallará una radiografía de los servicios de telefonía local y larga distancia nacional e internacional, que esperamos le sea de utilidad para tomar la mejor decisión al elegir este tipo de servicios.

Vuelos al desnudo

Ilustración Roberto Paz

Si en estos días alguien lo invita a desnudarse para volar por las nubes, no piense mal. Una agencia de viajes norteamericana está organizando para el mes de mayo un viaje de Miami a Cancún en avión, en el cual los pasajeros, una vez que el aparato despegue, podrán desnudarse.

Durante el traslado, los viajeros tendrán que cumplir con ciertas reglas de etiqueta, como colocar una toalla entre el asiento y su cuerpo. La tripulación no se despojará de sus uniformes y "no se permitirán conductas incorrectas", señala el dueño de la agencia, James Bailey.

Antes de aterrizar, todos los pasajeros deberán vestirse de nuevo para pasar los controles del aeropuerto. De ahí serán trasladados a una playa nudista de Cancún para, ahora sí, asolearse de pies a cabeza a su entero y soberano gusto.

Cruz Roja Mexicana: Institución de carácter voluntario y no lucrativo que auxilia, sin distinción de raza, religión, condición económica o credo político, a todo ser humano cuya vida y salud se encuentren en riesgo. En el Distrito Federal y área metropolitana llame al 5395-1111; desde cualquier estado de la República Mexicana marque el 065.

Directorio del Consumidor

Servicio de Orientación Telefónica del Instituto Mexicano del Seguro Social: Para recibir información relativa a la ley y los reglamentos del Seguro Social, así como referente a la manera de exigir a su patrón la inscripción al Seguro Social o conocer los trámites para registrar a sus beneficiarios en la Unidad de Medicina Familiar correspondiente, llame al 5241-0245 y 5238-2700 (conmutador) si vive en la zona metropolitana de la Ciudad de México, o al 01-800-905-9600, larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República.

El que circula, la paga

Hace algunos años se habló de construir en la Ciudad de México un piso sobre el Viaducto Miguel Alemán donde se cobraría una cuota a todo aquel que deseara circular por ahí, a lo cual muchos se opusieron.

Parece que la idea fue retomada por las autoridades londinenses que, a las 7 de la mañana del lunes 17 de febrero de este año, empezaron a cobrar una cuota por transitar en las calles del centro de esa ciudad en horarios de mayor circulación. Para cobrar el peaje se instaló un sistema de vigilancia urbana constituido por 800 cámaras distribuidas en 400 puntos alrededor de 21 kilómetros cuadrados del centro de la ciudad, que registran las matrículas de los automóviles que circulan por el área todos los días.

Si los dueños de los autos registrados por las cámaras no realizan el pago de la cuota antes de las 22:00 horas, deberán desembolsar el doble, y en caso de que se esperen hasta después de la medianoche de ese día, se harán acreedores a una multa que asciende a casi 130 dólares. Para la comodidad del chofer, los pagos pueden hacerse con tarjeta de crédito o de débito, en gasolineras, oficinas del servicio postal y en algunas tiendas.

Aunque se esperan manifestaciones de los opositores a esta medida, según algunas encuestas, 56% de los londinenses la apoyan, en tanto que el 42% está en contra.

El responsable del cobro del peaje dijo que a las 8 de la mañana de ese lunes, 34 mil automovilistas ya habían pagado la cuota, que es de 8 dólares aproximadamente.

Todo con el poder de su ¡dedo!

A quién no le ha pasado: llegar a la caja del supermercado con el carrito lleno, formarse en una larga fila y, a la hora de pagar, descubrir que la cartera está vacía o que se le ha olvidado la tarjeta de crédito. Kroger, una amplia red norteamericana de supermercados, pretende evitarle esta molestia a sus clientes mediante un sistema en el que ellos pueden pagar sus compras utilizando su huella digital.

Tres tiendas del estado de Texas ya ofrecen este servicio –en etapa de prueba– desde hace casi un año. El sistema ha sido muy bien recibido, actualmente cuenta con alrededor de 10 mil usuarios. Para poder utilizarlo, lo único que el consumidor debe hacer es registrarse en la base de datos de la tienda presentando una identificación oficial, una forma de pago (tarjeta de crédito, débito o cheque electrónico) y, por supuesto, su dedo. A la hora de realizar sus compras, una máquina escanea la huella digital del cliente y, de esta manera, se autoriza el cargo a su cuenta.

Con el fin de que los consumidores no se sientan intimidados al relacionar esta forma de pago con el sistema de registro empleado por el poder judicial, la cadena de supermercados decidió que se utilice el dedo índice para hacer la transacción, y no el pulgar. Otra vez la tecnología se pone a la altura de la ciencia ficción.

Un juego peligroso

En noviembre de 1999, un policía de California, Estados Unidos, disparó a un niño que portaba una pistola de juguete al confundir el artefacto con un arma real.

Con el fin de evitar tragedias como ésta en nuestro país, además de las ya conocidas experiencias en que los asaltantes hacen uso de armas de juguete para amenazar a sus víctimas, el 17 de octubre del año pasado entró en vigor la Norma Oficial Mexicana NOM-EM-008-SCFI-2002, la cual especifica que los juguetes réplicas de armas de fuego deben ser fabricados de plástico transparente o de un color fluorescente, jamás en plata, gris, negro, café, colores metálicos o cualquier combinación que permita confundirlos con pistolas verdaderas. La norma también menciona que "los juguetes no deben tener las mismas dimensiones que las pistolas profesionales, a fin de evitar al consumidor la confusión entre una y otra".

Así que si el próximo Día del Niño se encuentra un juguete réplica de un arma de fuego que parezca real, evite comprarlo, pues éste seguramente escapó del operativo realizado el pasado 28 de febrero por Profeco, en coordinación con la Secretaría de Seguridad Pública (SSP), en el que se destruyeron 1,552 armas apócrifas.

Fotografía Napoleón

16º derecho Trato justo

Por Gerardo Escalante M.

Nadie puede negarle la entrada a un restaurante, club, centro comercial o de espectáculos, a menos que su presencia afecte la seguridad o la tranquilidad del lugar.

Adriana llamó a sus amigos para invitarlos a festejar su cumpleaños en una discoteca de la zona sur de la ciudad, el viernes a las 10 de la noche.

Los invitados acudieron puntualmente a la cita, así que no había razón para esperar más. Todos entraron a la disco, menos Pedro y Lupita, pues un empleado mal encarado les impidió el paso. Adriana se regresó muy molesta y exigió una explicación, sin embargo el sujeto sólo se concretó a señalar el letrero que decía: *Nos reservamos el derecho de admisión.* "Ah, si es así, nos retiramos, pues todos somos iguales y por lo tanto tenemos derecho a recibir el mismo trato, no hay motivo alguno para que discrimine a mis amigos, y le aseguro que pronto recibirá la visita de un verificador de Profeco, puesto que este lugar está violando la ley", sentenció Adriana.

Ilustración Roberto Paz

16º

El dieciseisavo derecho de los *25 Derechos Básicos del Consumidor* indica: "Todos tenemos derecho a ser tratados con equidad y justicia. Ningún proveedor de bienes o servicios puede discriminar u otorgar preferencias al seleccionar su clientela, ni reservarse el derecho de admisión o excluir a cualquier persona".

Está prohibido negar o condicionar la entrada a restaurantes, clubes sociales, centros comerciales o de espectáculos; el prestador de servicios solamente podrá hacerlo cuando se afecte la seguridad o la tranquilidad del lugar o exista algún ordenamiento legal que así lo establezca.

Este derecho está contemplado en el artículo 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Recuerde que en las delegaciones **Profeco** de todo el país puede solicitar en forma gratuita los *25 Derechos Básicos del Consumidor*, mismos que le presentamos de manera más amplia cada mes.

En la TV Revista del Consumidor

nos modernizamos para darte un programa de mayor calidad

En el **Distrito Federal**, el programa se transmite por el **canal 2** los martes de **5:30** a **6:00** hrs. y por el **canal 13** los viernes de **5:00** a **5:30** hrs.

Además, ahora nos puedes ver por el **Canal del Congreso** de la televisión por cable, todos los **lunes** de **11:00** a **11:30** hrs. y los jueves de **10:00** a **10:30** hrs.

Estamos también en todos los **canales del área metropolitana** y en todos los **estados de la República** en los **tiempos oficiales de RTC**.

Haz el programa con nosotros: déjanos tus **sugerencias** y **recomendaciones** en el **correo de voz** del **Teléfono del Consumidor** (**5568-8722** y larga distancia sin costo **01-800-468-8722**)...

¡Y escúchate!

Recuerda que transmitimos en **220 estaciones de radio** y **60 de T.V.** en todo el país, por lo que no es posible dar la programación completa en este espacio: nuevamente te pedimos que **¡consultes la cartelera!**

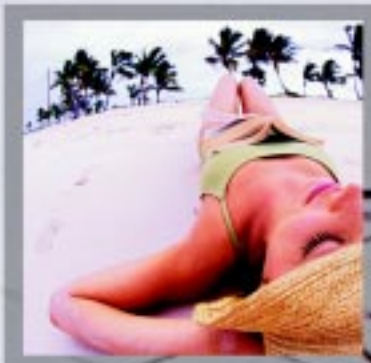
VACACIONES con sentido

Por Jacqueline Ruiz

Pocas veces nos damos la oportunidad de disfrutar por entero las cosas que hacemos: vivimos de prisa, con miles de pendientes y siempre con la angustia de lo que tendremos que hacer después. Aproveche estas vacaciones para romper con este ritmo de vida y goce de cada momento con todos sus sentidos.

Vista

Abra bien los ojos. Las cosas pueden estar frente a nosotros y las dejamos pasar porque no sabemos ver. La playa ofrece una variedad de espectáculos que van desde un atardecer, el romper de las olas y la diversión de los niños jugando con el agua, hasta cangrejos hundiéndose en la arena.



Oído

Cierre los ojos y déjese llevar por el ritmo del océano; escuche al mar con atención, el vaivén del agua, el graznar de las gaviotas y la risa de los niños que corren y juegan.

Quién no ha vivido esta típica historia: cual familia Burrón, entre maletas, hielera, y cargando incluso la jaula del perico, la parentela viaja atiborrada en el coche camino a la "paradisíaca" playa de siempre.

El resultado de esta excursión es más que conocido. Llegar al destino después de un terrible tráfico y un calor asfixiante en la carretera, luchar por hacer valer la reservación en el hotel, instalar a toda la familia en el cuarto, ponerse el traje de baño y, todos juntos, bajar a la alberca en busca de un camastro (misión casi imposible).

¿Ir a la playa? Ni pensarlo: no hay lugar, los vendedores ambulantes literalmente "zumban" alrededor de uno e incluso el mar parece alberca en Semana Santa. Actividades como comer o visitar algún atractivo de la zona se vuelven infernales debido a las filas que hay que hacer para entrar. El panorama no parece muy divertido ni relajante, ¿verdad?

Entonces, ¿por qué siempre hemos de visitar los mismos lugares a pesar de que en ellos no encontramos la paz y el descanso tan anhelados? En realidad existen muchas opciones para vacacionar en las que podemos darnos gusto de verdad, viviéndolas con todos los sentidos, y para ello no siempre es necesario salir de la ciudad.

Nuestra intención no es decirle que no viaje a la playa si así lo ha decidido, sino la de invitarlo a que, llegado el momento, no le ponga límite a su imaginación. De entre las muchas cosas posibles, elija aquellas que le garanticen que, tanto usted como los suyos, van a encontrar espacios para gozar plenamente de sus vacaciones.

Olfato

El mar huele, y ese olor tan particular está por toda la playa. La nariz se acostumbra rápidamente a los aromas, por lo que es difícil distinguirlos después. Huela el mar, reconozca los diferentes olores de ese ambiente y permita que se graben en su mente. Le sorprenderá descubrir la cantidad de recuerdos que puede evocar un aroma.

Tacto

El tacto es uno de los sentidos a los que les prestamos menos atención. Sienta la brisa del mar en el rostro, la temperatura del ambiente y del agua del mar, note las sensaciones que produce la arena al contacto con sus pies... y disfrute, sobre todo, disfrute.

Gusto

Por ahí dicen que no hay mayor placer que comer, y en la playa es difícil contradecir este dicho. Pero no se trata de comer por comer, sino de paladear los platillos: masticar con calma y degustar unos camarones a la diabla, un filete de pescado al ajillo, un "empapelado" o un "vuelve a la vida".

A manera de ejemplo, le mostramos una forma de hacer diferente una visita común a la playa.

Como le decíamos, no hay que salir de la ciudad para pasarla bien. En casa puede tomar un buen baño: sienta la temperatura del agua y disfrute del aroma de alguna esencia, mientras talla su cuerpo y escucha su música favorita.

También podemos salir a caminar por un parque cercano y escuchar el canto de las aves, el crujir de las hojas bajo nuestras pisadas y el sonido del viento entre los árboles.

Las posibilidades de transformar cada momento de nuestra vida en algo delicioso son infinitas si dejamos de lado la prisa y la indiferencia, y permitimos que todos nuestros sentidos participen de lo que hacemos.

¡Déle a sus sentidos unas merecidas vacaciones!

Paquetes **turísticos**

Por Armando Aguilar

Con tal de venderle lo que llaman "las vacaciones de su vida", los proveedores de servicios turísticos se valen de todo tipo de anuncios en televisión, radio y espectaculares, fotografías de lugares paradisiacos, fabulosos "regalos", mujeres bellas y apuestos caballeros que en realidad son agentes de ventas... ¿Cómo saber cuál es la mejor elección?

Después del petróleo y las exportaciones manufactureras, el turismo es la tercera actividad generadora de divisas en nuestro país. Esto nos da una idea de la importancia que tienen los consumidores de servicios turísticos, y para muestra bastan las siguientes cifras: durante el 2002, la captación de divisas por turismo extranjero alcanzó la marca histórica de 8 mil 858 millones de dólares, cantidad ampliamente superada por el turismo nacional, que generó 53 mil millones de dólares.

Desafortunadamente, estas cifras no garantizan que las vacaciones resulten siempre de ensueño, pues existen prestadores de servicios que, con la mirada puesta en el dinero fácil, defraudan a los turistas o, peor aún, la calidad de sus servicios depende de si el pago es en euros, dólares o pesos.

En Profeco no hacemos distinciones, así que le pasamos al costo algunas recomendaciones para que al contratar paquetes turísticos goce de unas vacaciones inolvidables.

Agencias de viajes

Actualmente es muy común que las personas recurran a las agencias de viajes para que éstas les organicen unas vacaciones fabulosas. Sí, sí, las fotos del hotel están muy bonitas, los precios son muy accesibles, la señorita que lo atiende es tan amable que parece interesarse en usted, pero no olvide poner atención en algunos aspectos importantes, por ejemplo:

- Cerciórese de que la empresa cuente con la cédula y el

número de inscripción en el Registro Nacional de Turismo ante Sectur que, aunque es opcional, le dará mucha más confiabilidad.

- La agencia debe proporcionarle itinerarios impresos, una explicación detallada de todos los servicios que incluye el viaje y el precio total, así como especificarle claramente las condiciones de pago, anticipos y reembolsos.
- Antes de firmar el contrato aclare todas sus dudas respecto a las condiciones del paquete. Las obligaciones del prestador de servicios de cumplir con este punto, así como con el anterior, están contempladas en el artículo 37 de la Ley Federal de Turismo.
- Las condiciones de cancelación de viajes, así como la vigencia de los paquetes, deberán ser respetadas.
- En caso de rescindirse el contrato, la agencia deberá reembolsar la cantidad recibida, descontando solamente los gastos efectuados por concepto de trámites básicos, en la forma y los términos que se hayan convenido en el contrato.
- Si se le solicita un anticipo, la empresa deberá entregarle un recibo. Si ya liquidó el costo del viaje, exija su factura.
- Usted está en todo su derecho de no permitir: alteraciones en las tarifas, cambio de itinerarios sin previo aviso, deficiencias en el servicio, incumplimiento del contrato, ocultamiento de las tarifas, cobros en moneda extranjera (los precios pueden estar determinados en ésta, pero usted tiene derecho a pagar el equivalente en pesos), condicionamiento del servicio, cancelaciones y publicidad engañosa. Si tiene algún problema con agencias de viajes, acuda a su delegación Profeco más cercana, donde puede interponer su queja.

Tiempos compartidos

El sistema de tiempos compartidos llegó de España a México durante la década de los setenta, y a partir de entonces, ese método de "vender vacaciones" comenzó a tener gran éxito en nuestro país.

Pero ¿qué es un tiempo compartido? El artículo 64 de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) lo define de manera muy puntual: "La prestación de tiempo compartido, independientemente del nombre o de la forma que se le dé al acto jurídico correspondiente, consiste en poner a disposición de una persona o grupo de personas el uso, goce o demás derechos que se convengan sobre un bien o parte del mismo, en una unidad variable dentro de una clase determinada, por periodos previamente convenidos, mediante el pago de una cantidad, sin que, en el caso de inmuebles, se transmita el dominio de éstos". Es decir, al contratar un tiempo compartido, usted no es dueño de nada en absoluto, sólo adquiere el derecho a la estancia en algún lugar determinado por un tiempo específico.

Así que para proteger su inversión, lo mejor es estar informado; antes de adquirir un tiempo compartido, verifique que el contrato contenga todos los puntos que señala el artículo 65 de la LFPC:

- Nombre y domicilio del prestador del servicio.
- Lugar donde se prestará el servicio.
- Determinación clara de los derechos de uso y goce de bienes que tendrán los compradores, así como los periodos que abarcan.
- El costo de los gastos de mantenimiento para el primer año y la manera en que se determinarán los subsecuentes.
- Las opciones de intercambio con otros prestadores del servicio y si existen costos adicionales para realizarlos.
- Descripción detallada de las fianzas y garantías a favor del consumidor.

Los tiempos compartidos también están regulados por la Norma Oficial Mexicana *NOM-029-SCFI-1998. Prácticas comerciales-Requisitos informativos para la comercialización del servicio de tiempos compartidos*, que establece lo siguiente:

- Exija que le demuestren que el contrato de adhesión está registrado ante Profeco.

No dude, ¡exija sus derechos!

Conforme al artículo 57 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, "en todo establecimiento de prestación de servicios deberá exhibirse a la vista del público la tarifa de los principales servicios ofrecidos, con caracteres claramente legibles. Las tarifas de los demás, en todo caso, deberán estar disponibles al público".

Por su parte, el artículo 35 de la Ley Federal de Turismo señala que los prestadores de servicios turísticos deberán "cumplir con los precios, tarifas y promociones en los términos anunciados, ofrecidos o pactados". Además, en su artículo 32 estipula que "en la prestación de los servicios turísticos no habrá discriminación por razones de raza, sexo, discapacidad, credo político o religioso, nacionalidad o condición social".

Así, **Profeco** y la Secretaría de Turismo son las autoridades que procuran el buen servicio a los turistas, tanto nacionales como extranjeros (siempre y cuando contraten con empresas mexicanas).

- Cuando el consumidor no pueda utilizar los servicios pactados debido a causas imputables al prestador del servicio, el usuario debe ser alojado inmediatamente en algún establecimiento en el mismo destino, de categoría y calidad similares al servicio contratado.
  En caso de que el prestador demuestre que no puede cumplir esta garantía por motivos fuera de su alcance, está obligado a pagar al usuario, en un lapso no mayor a 15 días naturales, los gastos comprobables en que haya incurrido para trasladarse desde su lugar de origen hasta el establecimiento y viceversa.
- El consumidor, al contratar este servicio, cuenta por lo menos con cinco días hábiles posteriores a la firma del contrato para cancelarlo sin responsabilidad alguna. La devolución de la inversión inicial debe hacerse, como máximo, dentro de los 15 días hábiles siguientes a la fecha de cancelación del contrato.
- Los prestadores de este tipo de servicios no pueden emplear mecanismos como rifas, regalos, premios, desayunos o certificados de hospedaje con el fin de convencerlo, sin aclararle de antemano que se trata de una estrategia de venta de tiempos compartidos.

Turistas informados

La Secretaría de Turismo, a través de Infotur, brinda a todos los turistas información y orientación sobre los destinos, atractivos y servicios turísticos de México, las 24 horas del día durante todo el año, en los teléfonos 5250-0151, 5250-0123 y 01-800-903-9200 larga distancia sin costo.

Si lo prefiere, Infotur proporciona orientación e información en forma impresa, de lunes a viernes de 8:00 a 18:00 horas, y los sábados de 10:00 a 15:00 horas, en Av. Presidente Masaryk 172, planta baja, colonia Chapultepec Morales, en México, D. F. También puede solicitar información al correo electrónico: correspondencia@sectur.gob.mx

¿Problemas compartidos?

De enero de 2002 a enero de 2003, en **Profeco** se recibieron 1,432 quejas relacionadas con el servicio de tiempos compartidos, y los principales proveedores involucrados fueron: Promotora de Clubes y Desarrollos, Costamex, Palace Premier, Travelers International Club y Promotora Cancún Sunset Clubs.

El motivo primordial de las quejas fue la negativa a rescindir el contrato.

Fuente Dirección General de Quejas y Conciliación, Profeco

Finalmente, le recomendamos que antes de estampar su firma en un contrato de tiempo compartido, se haga las siguientes preguntas:

- ¿Está seguro de que quiere pasar todas sus vacaciones en el destino turístico que le ofrecen?
- ¿Saldrá de vacaciones el mismo periodo todos los años?
- ¿Las condiciones de compra se adaptan bien a su capacidad de pago?
- ¿Está dispuesto a pagar los gastos de mantenimiento aunque no haga uso de su tiempo compartido?
- ¿Ha visto las instalaciones? ¿Tiene referencias de familiares o amigos que hayan contratado anteriormente con el mismo proveedor?
- ¿Leyó detenidamente los términos del contrato y comprobó que se encuentra registrado ante Profeco?
- ¿Se informó sobre los términos de cancelación?

Si requiere asesoría, más información o desea quejarse de cualquier proveedor de servicios turísticos, acuda a la delegación Profeco más cercana a su domicilio, o bien, llame al 5568-8722 o al 01-800-468-8722 larga distancia sin costo.

Fuentes Secretaría de Turismo • Ley Federal de Turismo • Ley Federal de Protección al Consumidor • NOM-029-SCFI-1998. Prácticas comerciales-Requisitos informativos para la comercialización del servicio de tiempos compartidos • Dirección General de Quejas y Conciliación, Profeco

Para viajeros osados...

Turismo accesible

Por Dora Torres Ponce

Viajar en temporada alta es un reto para cualquiera, pero ¿alguna vez se ha imaginado qué obstáculos tiene que sortear una persona con discapacidad que desee disfrutar de unas vacaciones?

Cuando llegan las vacaciones, abordar un autobús o un avión al sitio elegido y hospedarse en un hotel son, para la mayoría, apenas el preludio de un placentero descanso; para una persona con discapacidad ese mismo proceso puede acarrear una serie de sinsabores.

Esto se debe a que a pesar de que las personas con discapacidad representan un segmento importante para el turismo, sus vacaciones están plagadas casi siempre de obstáculos. El calvario empieza con el transporte, pues incluso las aerolíneas ponen trabas a la hora de volar, considerando a la persona con discapacidad como un enfermo.

Los hoteles no se quedan atrás, pues en la mayoría no hay condiciones de accesibilidad: a lo mucho cuentan con rampas para sillas de ruedas, pero carecen de atención especial para personas con discapacidad por parte de su personal, servicios adecuados y diferentes adaptaciones arquitectónicas.

Una cuestión de cultura

La licenciada Silvia Lozada, directora general de la Escuela para Entrenamiento de Perros Guía para Ciegos, considera que "la falta de información es un problema grave a la hora de utilizar diferentes servicios turísticos. Cuando la persona que vende los boletos para el transporte terrestre o aéreo, el personal de la recepción de un hotel o los empleados de un restaurante niegan el acceso a los invidentes que llevan perro guía o a cualquier persona con discapacidad, queda de manifiesto que aún falta mucho por hacer para sensibilizar a la sociedad sobre este tema".

Las líneas aéreas brindan un mejor trato a los pasajeros con discapacidad porque de alguna manera procuran estandarizar su servicio con el que ofrecen aerolíneas extranjeras, pero en el caso del transporte terrestre el panorama no es tan alentador.

"Sabemos de casos extremos", afirma Francisco Cisneros, director de Programas Institucionales de la Oficina de Representación para la Promoción e

Integración Social para las Personas con Discapacidad (ORPISPCD) de la Presidencia, "en que la persona que usa silla de ruedas llega a la terminal de autobuses, compra su boleto y al llegar a la puerta del autobús nadie lo quiere ayudar a subir; entonces tiene que hacerle como pueda, con un terrible riesgo de lastimarse".

Hasta el momento, no existe una reglamentación que obligue a los prestadores de los servicios de transporte a brindar las facilidades y asistencia que una persona con discapacidad requiere, lo que, en cierta manera, hace que este sector de la población dependa de la buena voluntad del personal que le toca encontrar durante su viaje.

La situación se agudiza en temporada vacacional a causa de la demanda, es decir, si para una persona con discapacidad es difícil viajar en otro momento del año, en vacaciones prácticamente se vuelve imposible, pues las escasas facilidades que les brindan los prestadores quedan suprimidas y los descuentos del 50% en tarifas de transporte terrestre están agotados.

Al referirse a los servicios de alojamiento, Francisco Cisneros opina que "algo que a veces resulta molesto es que viajas a Estados Unidos y te alojas en determinada cadena hotelera que ofrece varias habitaciones para personas con discapacidad, y cuando te hospedas en el hotel de esa misma cadena en México, sólo cuentan con una habitación adaptada. Entonces te preguntas ¿por qué no aplican los mismos criterios de atención aquí que en Estados Unidos?"

La inversión que debe hacerse para convertir un hotel o un motel en un lugar accesible no es excesiva: se requieren rampas, habitaciones en planta baja con baños adaptados, restaurantes con espacio entre las mesas para permitir el desplazamiento en silla de ruedas, señalización y un enorme cambio de actitud hacia los consumidores con discapacidad.

En busca del turismo accesible

Para solucionar este problema, la Secretaría de Turismo (Sectur) trabaja en la elaboración de un manual de turismo accesible para que los prestadores de servicios acondicionen sus espacios para las personas con discapacidad. El licenciado Alberto Colorado Estrada, director de Desarrollo de Productos Turísticos para Segmentos Especiales de la Sectur, enfatiza que "mediante seminarios en diferentes estados del país, a los que asisten prestadores de servicios turísticos, deseamos subrayar la importancia del segmento de personas con discapacidad; en un breve análisis, Sectur ha detectado que las personas con discapacidad son individuos que desean viajar, nunca lo hacen solos y sus destinos favoritos son los culturales".

Lo que dicta la ley

El artículo 58 de la Ley Federal de Protección al Consumidor establece la obligación que tienen los prestadores de servicios de dar un trato justo a todos los solicitantes, incluyendo a las personas con discapacidad, a quienes no se les deberá cobrar ninguna cuota extraordinaria por los implementos médicos, ortopédicos, tecnológicos o deportivos indispensables para su uso personal, lo cual incluye al perro guía en el caso de invidentes.

El proveedor también debe otorgar las facilidades o tener los dispositivos especiales para el uso del servicio por parte de personas con discapacidad y no podrá establecer limitaciones que reduzcan sus derechos como consumidores.

Si tiene quejas en contra de un mal prestador de servicios no dude en acudir a la delegación **Profeco** más cercana a su domicilio, o llame al Teléfono del Consumidor: 5568-8722 o 01-800-468-8722.

Un mundo sin barreras

Una de las tareas prioritarias en favor de las personas con discapacidad es la creación de una **Norma Oficial Mexicana de Accesibilidad**, que garantizará el acceso y uso del equipamiento urbano y arquitectónico, tanto en medios de transporte como en instalaciones de toda índole en la República Mexicana.

Fuente Consejo Nacional Consultivo para la Integración de las Personas con Discapacidad

Afortunadamente existen agencias de viajes que han tomado conciencia de los derechos y necesidades de este sector de la población, y promueven paquetes turísticos para personas con discapacidad, generalmente de turismo de aventura: organizan descenso en ríos para invidentes o paseos en bicicleta de montaña para personas con debilidad visual y auditiva; en Puebla, hay un rancho donde se alquilan caballos con los cuales se realizan terapias para niños con síndrome de Down; en San Luis Potosí existen campamentos vacacionales para niños con discapacidad.

Francisco Cisneros comenta: "Sin duda, la actitud que se tiene hacia estas personas es una cuestión cultural que en México tal vez nos lleve 20 años modificar a través de la creación de lineamientos y difusión. México es hoy el principal promotor de la Convención para la Protección y Dignidad de los Derechos Humanos de las Personas con Discapacidad (un tema que nuestro país llevó a la ONU), lo cual nos obliga a esforzarnos más para que las personas con discapacidad dejen de ser ciudadanos (y consumidores) invisibles".

Ilustración Mónica Miranda Villalba

Fuentes Entrevista con el licenciado Francisco Cisneros, director de Programas Institucionales de la ORPISPDC; con la licenciada Silvia Lozada, directora general de la Escuela para Entrenamiento de Perros Guía para Ciegos, y con el licenciado Alberto Colorado Estrada, director de Desarrollo de Productos Turísticos para Segmentos Especiales de la Sectur • www.discapacidad.presidencia.gob.mx

Más cerca de usted

Profeco

Son 20, de color blanco y tienen el logotipo de Profeco en los costados. Estas nuevas unidades móviles de atención al consumidor son oficinas Profeco que llevan asesoría y auxilio hasta los lugares más recónditos de la República Mexicana.

Desde diciembre de 2002, en un horario de 9 de la mañana a 6 de la tarde, las camionetas Profeco, pertenecientes al Sistema de Unidades Móviles de Atención (SUMA), han recorrido 18 estados de la República llevando los servicios de información, orientación, asesoría, recepción de quejas y denuncias, así como de organización de consumidores de esta Institución, hasta aquellos consumidores que no cuentan con una oficina Profeco permanente en su localidad y tendrían que trasladarse constantemente a otro municipio para solicitarlos.

En ellas viajan un promotor y un capacitador de organización de consumidores que recorren las diferentes comunidades conforme a un itinerario diseñado por la delegación Profeco responsable de la unidad, con base en las necesidades, la actividad socioeconómica y el tipo de población que habita en la región.

Cada camioneta es una oficina móvil: tiene una computadora, su propia planta de luz, una rampa de acceso y una sala de espera. El principal beneficio que ofrecen estas unidades móviles de atención es que con ellas, los servicios de Profeco pueden llegar a distintas comunidades en la misma región, sin que el consumidor tenga que trasladarse.

SOBRE RUEDAS

Los conciliadores que viajan en las unidades móviles están perfectamente capacitados para brindar asesoría, así como para recibir quejas y denuncias.

Al 28 de enero de este año, las camionetas Profeco dieron 1,419 asesorías y recibieron 194 quejas, de las cuales todas encontraron solución a través de la conciliación inmediata, es decir, en el momento mismo, sin necesidad de convocar audiencias.

Con la anticipación suficiente, la delegación Profeco responsable hará saber a los consumidores las fechas en las que la unidad móvil visitará su comunidad para que tengan la oportunidad de prepararse y saber qué servicios solicitarán y, por otro lado, disuadir a los proveedores de cometer prácticas abusivas ante la expectativa de la visita de las camionetas.

En esta temporada vacacional, las unidades de atención móvil estarán rondando por los principales destinos turísticos. Si usted tiene algún problema, no dude en acercarse a ellas, pues su propósito es defender sus derechos como consumidor donde quiera que usted esté.

Fuente Entrevista con Rafael A. Avante Juárez, subprocurador de Servicios al Consumidor de Profeco

DELEGACIONES CON CAMIONETAS PROFECO

Solicite informes de los itinerarios de atención de las Unidades Móviles al Teléfono del Consumidor de la delegación Profeco correspondiente: Acapulco, Gro. (744) 483-1558, Aguascalientes, Ags. (449) 916-2969, Campeche, Camp. (981) 811-3360, Cancún, Q. Roo (998) 884-2369, Ciudad Juárez, Chih. (656) 613-5087, Durango, Dgo. (618) 825-3325, Guadalajara, Jal. (33) 3615-7397, La Paz, B. C. S. (612) 122-8077, Mérida, Yuc. (999) 923-2323, Monterrey, N. L. (81) 8347-4849, Oaxaca, Oax. (951) 513-4649, Puebla, Pue. (22) 2246-1300, Tijuana, B. C. (664) 634-7000, Toluca, Edo. de Méx. (722) 215-7070, Tuxtla Gutiérrez, Chis. (961) 602-5939, Veracruz, Ver. (229) 931-3697, Villahermosa, Tab. (993) 312-1100, Zacatecas, Zac. (492) 922-0611.

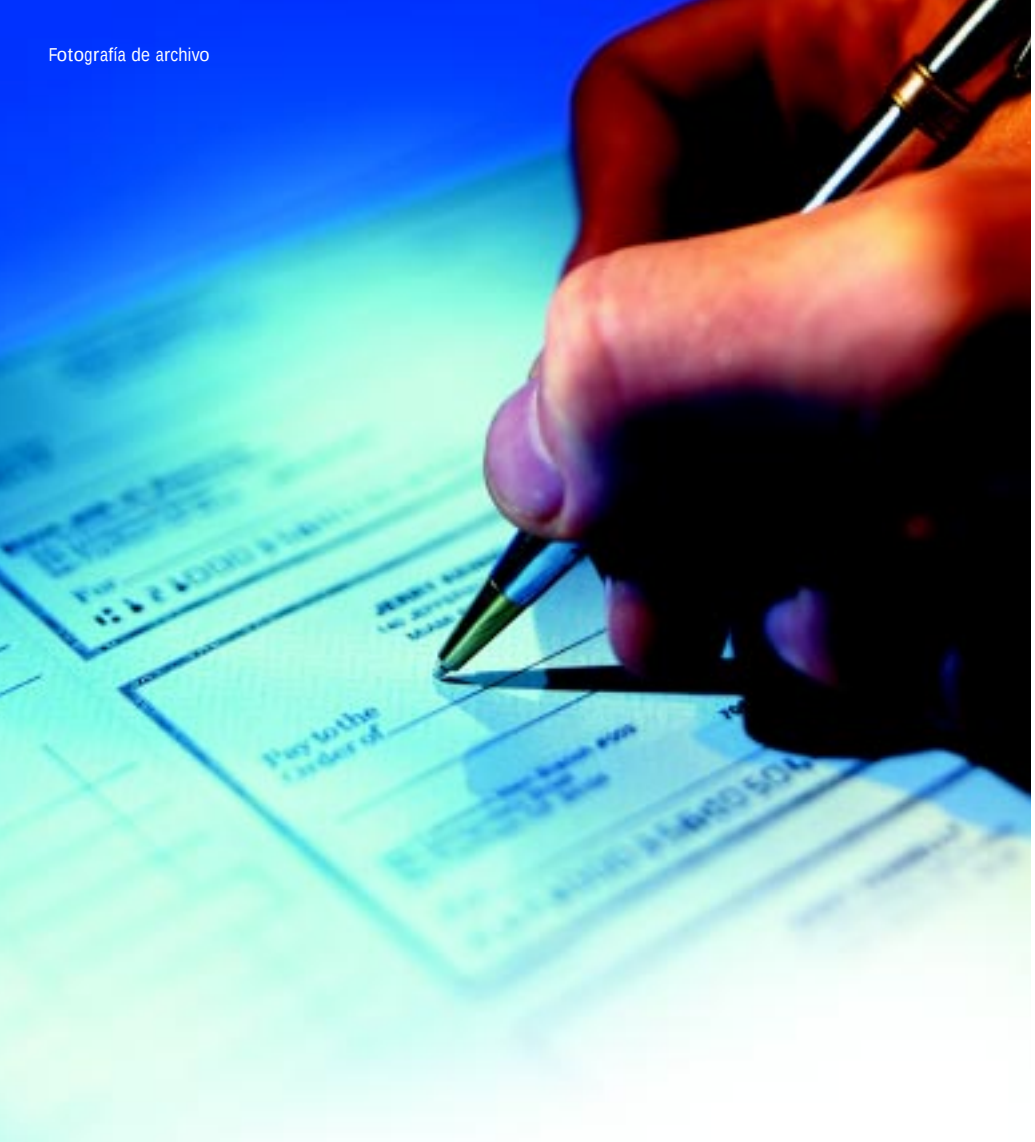
Fotografía de archivo

Compras a crédito

lo que debe tener en cuenta

¿Cómo adquiere los muebles y aparatos electrónicos o de línea blanca que le son necesarios? ¿Junta dinero y compra al contado, o utiliza alguna opción de crédito? Si de crédito se trata, el presente estudio le será muy útil en su próxima compra.

Fotografías Napoleón



Fotografía de archivo

1. Requisitos generales para tener acceso a diferentes opciones de crédito

Requisito	Crédito de la tienda para productos específicos	Tarjeta de crédito de la tienda	Tarjeta de crédito bancaria	Crédito Fonacot
Identificación oficial	✔	✔	✔	✔
Comprobante de domicilio (boleta predial, teléfono, agua, luz)	✔	✔	✔	✔
Antigüedad en su domicilio actual	1 año	1 año	6 a 12 meses	No requerida
Comprobante de ingresos	✔	✔	✔	✔
Ingreso mínimo	$ 1,750 a $ 4,000 mensuales	$ 1,750 a $ 5,000 mensuales	$ 3,500 a $ 5,000 mensuales	1 salario mínimo (20 como máximo)
Límite de crédito	Variable	Variable	Variable	Variable
Antigüedad laboral	1 año	6 meses a 2 años	1 año	1 año (contrato de planta)
Comprobante de propiedad o aval	En algunos casos	No requerido	No requerido	No requerido
Original y copia de los documentos solicitados	✔	✔	✔	✔

Antes de decidir dónde y cómo comprar a crédito, lo primero que usted debe saber es qué tipo de créditos se pueden obtener, para después comparar los requisitos de cada uno. En general, las opciones más comunes de compra a crédito son: crédito de la tienda para productos específicos (lo ofrecen algunas cadenas como Elektra, Famsa, Hermanos Vázquez y Singer, entre otras), compra con tarjeta de crédito de tiendas departamentales y de autoservicio (de almacenes como Palacio de Hierro, Liverpool o Sears; tenga cuidado con las tarjetas Cifra Wal Mart y Comercial Mexicana, que son operadas por Bancomer y Banamex, respectivamente, por lo que cualquier problema con su crédito deberá tratarlo con el banco), compra con tarjeta de crédito bancaria y crédito Fonacot (disponible para empleados de empresas registradas en este fondo).

Requisitos y penalizaciones

Existen varios requisitos para la obtención de un crédito y diferentes penalizaciones por incumplimiento de pago. Exceptuando el caso del crédito Fonacot, para el cual es necesario ser empleado de alguna empresa afiliada a este sistema y cumplir con las condiciones de elegibilidad, los requisitos para obtener un crédito, que aparecen en el recuadro 1, son muy similares.

En todos los casos se requiere cierta antigüedad en el domicilio y laboral; las diferencias más importantes se dan en los ingresos comprobables. Por ejemplo, alguien con ingresos menores a $ 1,750 mensuales no tiene acceso a las opciones señaladas (excepto Fonacot, en algunos casos).

Por otra parte, si el ingreso mensual es mayor a $ 3,500, se tiene acceso a alguna tarjeta de crédito bancaria. Así, quien perciba un ingreso situado entre los dos casos anteriores deberá buscar financiamiento en las tiendas, ya sea me-

diante tarjeta de crédito o crédito para algún producto específico.

En algunos casos la opción de crédito de la tienda para un producto específico requiere como garantía la propiedad de un bien inmueble o, en su defecto, de un aval.

Con respecto a las penalizaciones (que se aplican al deudor que se retrasa en sus pagos), en todos los casos existen cargos desde el primer periodo que se deja de pagar, por lo que es conveniente evaluar su situación financiera antes de adquirir un compromiso de este tipo (véase el recuadro 2).

2. Penalizaciones por incumplimiento en las diferentes opciones de crédito

Situación	Crédito de la tienda para productos específicos	Tarjeta de crédito de la tienda	Tarjeta de crédito bancaria	Crédito Fonacot
Retraso de 1 pago	Intereses moratorios más IVA.	Se carga un porcentaje sobre el monto del pago vencido más IVA.	Cargo por retraso en el pago más IVA.	Se cobran intereses moratorios a la empresa; si el beneficiario ya no labora con la empresa, se turna el caso a una empresa de cobranza.
Retraso de 2 o más pagos	Vencimiento anticipado del crédito, intereses moratorios más IVA, gastos de cobranza. En última instancia se embarga la garantía prendaria.	Inhabilitación de tarjeta, intereses moratorios más IVA, gastos de cobranza.	Inhabilitación de tarjeta, intereses moratorios más IVA, gastos de cobranza.	

Opciones de crédito

Antes de elegir es necesario comparar las diferentes opciones. Tenga en cuenta el precio de contado, la tasa de interés y el costo total del crédito.

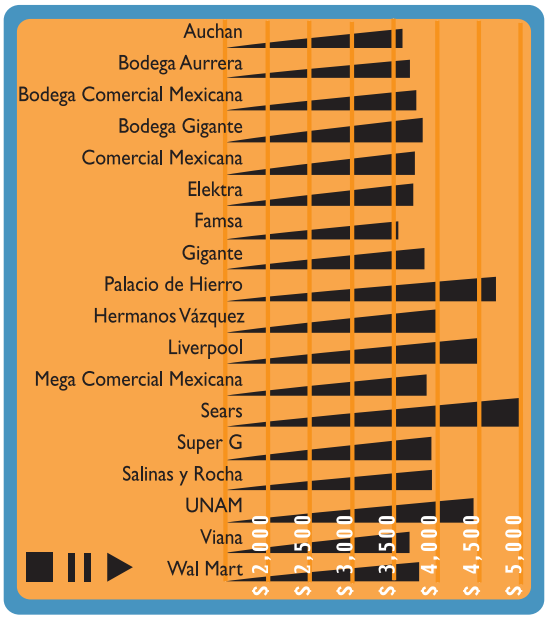
1. Precio de contado

Antes de comparar los costos derivados de comprar a crédito es conveniente comparar los precios de contado en varias tiendas, ya que pueden tener variaciones importantes. Tenga en cuenta que en este artículo, el precio de contado fue la base a partir de la cual se calculó la tasa de interés de cada opción de financiamiento, por lo que las tasas que consignamos pueden resultar diferentes a las de algunos establecimientos que utilizan el precio de lista para este cálculo.

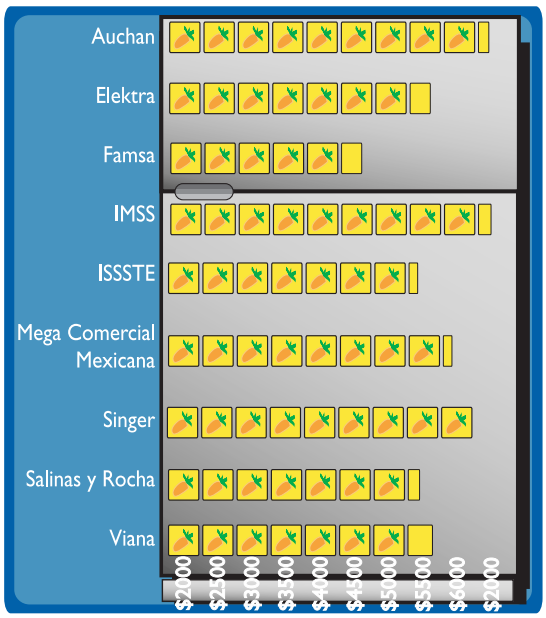
Para comparar los precios de contado consideraremos los de dos electro-

Precios de contado en diversas cadenas comerciales de la Ciudad de México (febrero de 2003)

Minicomponente Sony MHC-RG66T



Refrigerador Mabe RM 87 WB01



domésticos (un minicomponente y un refrigerador), observados durante febrero de 2003 en diversas cadenas comerciales de la Ciudad de México (véanse las gráficas de la página 23).

Las diferencias de precios entre establecimientos, en ambos casos, fueron considerables, llegando a superar los $ 1,500 (estas diferencias pueden ser menores en un fecha específica si alguna cadena comercial decide poner en oferta el producto durante algunos días). Sin embargo, como se verá más adelante, comprar a crédito en un lugar que vende barato al contado no garantiza que se pagará menos al final del plazo: es necesario considerar otros elementos importantes, particularmente la tasa de interés aplicada.

2. Tasa de interés

El recuadro 3 resume los resultados de una investigación efectuada por Profeco durante la primera semana de febrero de 2003. La información recabada corresponde a créditos con plazo de un año. Los pagos pueden ser semanales, quincenales o mensuales, dependiendo de los planes de cada tienda. En los créditos para productos específicos generalmente se requiere pagar un enganche.

Como puede usted notar, los planes con pagos semanales presentan, en general, tasas de interés mayores que en los pagos mensuales. Así, teniendo en cuenta sólo el interés, la mejor opción para este tipo de compras fue, sin lugar a dudas, el crédito Fonacot, que cobró una tasa fija anual de 20.5% (esta tasa aplica sólo a empleados con ingresos entre 2 y 9 salarios mínimos). Le siguen las compras mediante tarjeta de crédito. Las tarjetas de las tiendas ofrecieron una tasa anual entre 36 y 61.2%, aunque debe tenerse en cuenta que algunas de estas tiendas son las que ofrecen los precios más altos de contado.

Las tarjetas de crédito bancarias, con tasas anualizadas entre 24 y 44% (dependiendo del banco), presentan la ventaja de ser más flexibles en cuanto a la elección del lugar de compra, por lo que cabe la posibilidad de pagar con una tarjeta que cobre un interés relativamente reducido utilizándola en un establecimiento que ofrezca precios bajos.

Los créditos de las tiendas para productos específicos resultaron ser la opción menos conveniente, con tasas desde 72.4% en Hermanos Vázquez hasta más de 200% en Singer. Estos niveles tan altos de interés pueden eliminar la ventaja de los precios bajos de contado que normalmente se encuentran en este tipo de establecimientos.

Es necesario enfatizar aquí que las tasas de interés son variables, dependiendo del entorno económico en general y de las expectativas de cada cadena comercial o banco en particular, así como de su percepción del riesgo de otorgar un crédito. Por lo tanto, cuando haga sus compras, verifique las tasas que cobran las tiendas en ese momento.

3. Comparativo de tasas de interés cobradas por créditos de productos electrodomésticos a plazo de un año / febrero de 2003

Tipo de crédito	Cadena comercial	Enganche	Periodicidad de los pagos	Número de pagos	Tasa de interés: Por periodo	Tasa de interés: Anualizada
Crédito de la tienda para un producto específico	Mega Comercial Mexicana	Sin enganche	mensual	12	7.5%	90.4%
	Elektra	10%	semanal	53	2.2%	111.8%
	Famsa	10%	semanal	52	2.9%	151.4%
	Hnos. Vázquez	1ª mensualidad	mensual	12	6.0%	72.4%
	Salinas y Rocha	10%	quincenal	25	5.2%	125.9%
	Singer	10%	semanal	46	4.2%	218.4%
	Wal Mart	Sin enganche	semanal	52	1.9%	99.9%
Tarjeta de crédito de la tienda	Liverpool	-	mensual	12	3.6%	42.7%
	Palacio de Hierro	-	mensual	12	3.0%	36.0%
	Sears	-	mensual	12	3.1%	36.9%
	Cifra - Wal Mart	-	mensual	12	5.1%	61.2%
Tarjeta de crédito bancaria	Cadenas y establecimientos afiliados	-	mensual	Variable, dependiendo del monto de los pagos mínimos	2.0% a 3.6%	24.0% a 44.0%
Fonacot	Cadenas y establecimientos afiliados	-	semanal	52	0.4%	20.5%
			quincenal	24	0.9%	20.5%
			mensual	12	1.7%	20.5%

Fuente Elaborado por Profeco con información proporcionada por los diferentes establecimientos.
Nota: Las tasas de interés se calcularon a partir del precio de contado, por lo que pueden resultar diferentes a los de algunos establecimientos que utilizan el precio de lista para este cálculo. Usted puede calcular esta tasa con la función financiera correspondiente de una hoja de cálculo electrónica, utilizando la información del enganche, el número de pagos y el monto de los mismos.

Fotografía de archivo

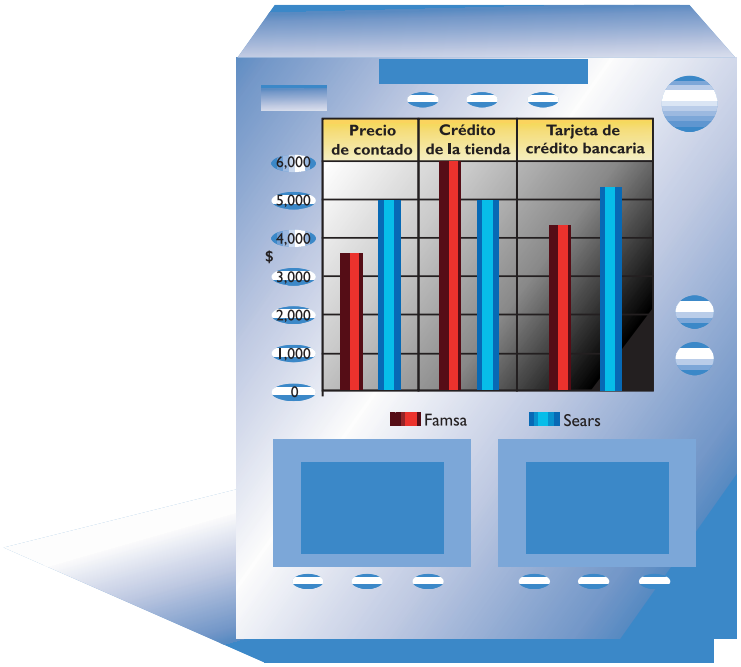
3. Costo total del crédito

A pesar de los resultados anteriores sobre los intereses de las distintas opciones de compra, la comparación final debe considerar el desembolso total, es decir, el precio del producto más los intereses.

A manera de ejemplo, a continuación se comparan los desembolsos totales necesarios para adquirir el minicomponente Sony, modelo MHC-RG66T, a través de las diferentes opciones de crédito mencionadas. La opción de compra con tarjeta de crédito bancaria se ilustra con la tarjeta Banamex Clásica, que en el periodo de análisis cobraba una tasa de interés bastante común (40% anual).[1]

En la gráfica se contrastan los casos de las cadenas Famsa y Sears. La comparación es la siguiente:

- Considerando la compra al contado, la mejor opción es Famsa, con un ahorro de $ 1,392 con respecto al precio observado en Sears.
- Si se compra a crédito, el panorama cambia significativamente: con el crédito de la tienda, el costo total del minicomponente en Famsa fue de $ 6,423, mientras que en Sears ascendió a $ 6,054; por otra parte, utilizando una tarjeta de crédito bancaria, cuya tasa es igual en ambas tiendas, Famsa resultó más barata.



Comparando un mayor número de establecimientos, como los que aparecen en el cuadro 4, se ampliaron las opciones de financiamiento. Los ejemplos corresponden a créditos con plazo de un año, donde el sombreado en rosa indica el pago mínimo de cada opción, en tanto que el sombreado rojo denota el pago máximo.

El costo total más bajo entre todas las opciones se registró en Gigante con crédito Fonacot; le siguió Famsa, pagando con tarjeta de crédito bancaria, como ya se mencionó. En general, las opciones con costo total más alto fueron los créditos de las propias tiendas para productos específicos, por lo que no sólo Famsa, sino Elektra, Salinas y Rocha, Mega Comercial Mexicana y Wal Mart, que mostraron precios bajos de contado, no resultaron ser tan buena elección con este tipo de créditos.

El caso del refrigerador Mabe RM 87 WB01 es diferente al anterior, dado que la mejor opción de compra a plazo de

[1] Con fines de comparación con las demás opciones, suponemos que el consumidor paga la deuda que contrae con su tarjeta de crédito bancaria en un plazo exacto de un año, pues debido a la flexibilidad de este instrumento, el plazo puede ser mayor o menor, dependiendo del monto de los pagos.

4. Pago total necesario para adquirir a crédito un minicomponente Sony MHC-RG66T

Cadena comercial	Precio de contado	Pago a plazo de un año: Crédito de la tienda	Tarjeta de la tienda	Crédito Fonacot	Tarjeta de crédito Banamex Clásica
Elektra	3,795	6,107			4,737
Salinas y Rocha	3,795	6,552			4,737
Mega Comercial Mexicana	3,798	5,902			4,741
Famsa	3,607	6,423			4,503
Wal Mart	3,799	6,041	5,289		4,742
Sears	4,999		6,054		6,146
Liverpool	4,499		5,607		5,531
Palacio de Hierro	4,690		5,654		5,766
Hermanos Vázquez	4,026	5,445		4,591	5,026
Gigante	3,841			4,379	4,794
Bodega Gigante	3,849			4,389	4,805

Fuente Información directa de proveedores

Fotografía de archivo

un año fue la tarjeta de crédito bancaria en general, especialmente si se compró en Famsa.

La segunda mejor opción fue comprar en el ISSSTE mediante crédito Fonacot, pero adquirir el refrigerador en Singer con la misma opción de crédito, no resultó muy recomendable debido al alto precio de contado.

En general, la opción de crédito de la tienda fue la menos conveniente, pues el costo total más caro de la tarjeta de crédito bancaria (que en este caso se calculó comprando en Singer) fue similar al menor costo total en crédito de la tienda (encontrado en Famsa). Cabe destacar que este producto no se encontró en tiendas departamentales que tienen tarjeta de crédito propia, por lo que esta opción no se comparó.

5. Pago total necesario para adquirir a crédito un refrigerador Mabe RM 87 WB01

Cadena comercial	Precio de contado	Pago a plazo de un año			
		Crédito de la tienda	Tarjeta de la tienda	Crédito Fonacot	Tarjeta de crédito Banamex Clásica
Elektra	5,299	8,331	-		6,615
Salinas y Rocha	5,199	8,768	-		6,490
Mega Comercial Mexicana	5,634	8,734	-		7,033
Famsa	4,394	7,474	-		5,485
Singer	5,995	12,680	-	6,836	7,484
ISSSTE	5,060		-	5,770	6,317

Crédito Fonacot

El crédito Fonacot ofrece la posibilidad de adquirir, a bajas tasas de interés, una gran variedad de productos, como aparatos para la salud, material escolar, materiales de construcción, muebles, línea blanca y electrónica, medicamentos, ropa y calzado, además de algunos servicios, por ejemplo automotrices, turísticos y funerarios.

El cobro de los intereses del crédito depende básicamente del ingreso del trabajador. Las tasas vigentes al mes de febrero de 2003 son las siguientes:

Ingreso en salarios mínimos	Tasa fija anual (%)
1	6.25
Entre 1 y 3	20.5
3 a 5	20.5
5 a 7	20.5
10 a 14	25.0
15 a 20	28.0

El monto máximo de los préstamos que se pueden obtener con este crédito es de $ 31,000, los plazos pueden ser a 6, 12, 18 y 24 meses, se cobra una comisión por apertura del 3% y hay un seguro para el trabajador por tres meses, lo que significa que si éste es despedido de su empresa, el seguro se encargará de cubrir los tres pagos posteriores, y el trabajador pagará a partir del cuarto mes, previo acuerdo con Fonacot.

Consulte la lista de los establecimientos afiliados a este sistema y las condiciones para acceder al crédito en el teléfono 5722-7450 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México, o al 01-800-705-5100 larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República.

Sistemas de apartado

Si no necesita utilizar el producto inmediatamente, mediante el sistema de apartado puede fijar el precio de compra y protegerse de incrementos futuros. Los requisitos para contratar un sistema de apartado son mínimos en comparación con un sistema de crédito; generalmente se requiere identificación oficial del contratante, enganche y primer pago (puede ser una de estas dos cosas, o ambas).

El número de pagos a realizar y su periodicidad varían en función del proveedor, de esta forma se pueden encontrar sistemas de apartado que ofrecen pagos semanales, quincenales, mensuales o incluso sin periodo de pago fijo, en donde el único requisito es que se cubra el importe total antes de la fecha máxima establecida.

El tiempo máximo de apartado es de tres meses, periodo en el que se deberá de liquidar el importe total del producto para gozar de la entrega. Es posible cubrir el importe total antes del tiempo establecido para que la entrega se lleve a cabo con anticipación.

Como en todo contrato, es importante informarse sobre las penalizaciones en caso de incumplimiento parcial o total del mismo. Por ejemplo, si usted decide cancelar el contrato, en algunos casos el proveedor lo puede penalizar con un porcentaje sobre el valor del producto o con una cantidad fija preestablecida en el contrato.

En la tabla se muestran algunas opciones de sistemas de apartado que se encuentran en el mercado, y sus características.

Para elegir la opción que mejor se adapte a sus necesidades, planee sus compras y compare las diversas opciones de precios y planes de pago que hay en el mercado.

Características de algunos sistemas de apartado

Cadena comercial	Compra mínima	Enganche sobre el valor de contado	Cargo por apertura de contrato	Cargos por incumplimiento			
				Plazo	Cancelación	Retraso en los pagos	Vencimiento del plazo
Auchan	$ 500.00	Primer pago	-	6 quincenas	10% del precio de contado	Ninguno	10% de lo aportado
Mega Comercial Mexicana	$ 200.00	10%	-	75 días	Ninguno	Ninguno	Ninguno
Elektra	No hay mínimo	10%	-	3 meses	Ninguno	Ninguno	Cancelación automática; no se regresa el dinero, es necesario comprar un producto
Famsa	No hay mínimo	Primer pago	-	4 meses	Ninguno	Ninguno	A tratar
Gigante	$ 200.00	10%	-	10 semanas	Ninguno	Ninguno	Ninguno
Salinas y Rocha	No hay mínimo	10%	-	3 meses	Ninguno	Ninguno	Cancelación automática; no se regresa el dinero, es necesario comprar un producto
Tienda del Sector Eléctrico	$ 300.00	15%	$ 20.00	8 semanas o 4 quincenas	15% del precio de contado	Ninguno	Ninguno
Viana	$ 300.00	10%	-	10 quincenas	Ninguno	Ninguno	Ninguno
Wal Mart	$ 200.00	15%	$ 6.00	60 días	$ 20.00	Ninguno	Ninguno

Fotografía de archivo

¿Cómo compramos a crédito?

Para responder a esta pregunta realizamos una encuesta en el área metropolitana de la Ciudad de México. La muestra comprendió a 564 personas que han utilizado alguna opción de financiamiento. El nivel de confianza de los resultados es de 95%, con un margen de error de ±2.5%, y los resultados se muestran en la siguiente tabla:

Utilización y percepción de las opciones de financiamiento

Opción	Porcentaje de encuestados que:	
	la utilizan más	la consideran más conveniente
Entrar a tandas	37.7%	24.1%
Que le presten familiares o amigos	17.6%	12.1%
Tarjeta de crédito bancaria	17.1%	23.6%
Préstamo de su trabajo	9.3%	10.6%
Tarjeta de crédito de la tienda	5.0%	6.8%
Promociones de compras a plazos sin intereses	4.8%	5.5%
Crédito de la tienda para bienes específicos	3.5%	2.3%
Casas de empeño	1.8%	1.3%
Crédito Fonacot	1.5%	3.3%
Ninguno	1.0%	0.3%
Caja de ahorro	0.3%	0.3%
Prestamistas independientes	0.3%	0.8%
Préstamo personal bancario	0.3%	3.5%
No sabe	-	5.8%
Total	100.0%	100.0%

Esta encuesta arrojó, además, la siguiente información:

1. La gente pide financiamiento para comprar:
- productos básicos: 33.0%
- electrodomésticos o muebles: 28.9%
- ropa o calzado: 22.3%
- gastos imprevistos: 21.5%

2. Entre quienes han comprado electrodomésticos:
- lo han hecho al contado: 85%
- han utilizado algún crédito: 44%
- han recurrido a sistemas de apartado: 25%

3. Quienes compran electrodomésticos a crédito prefieren:
- crédito de la tienda para productos específicos: 63.2%
- tarjeta de crédito bancaria: 16.7%
- tarjeta de crédito de la tienda: 13.8%
- crédito Fonacot: 5.2%

4. Los consumidores han comprado a crédito por:
• la facilidad de pago: 65.1%
• necesidad: 29.1%
5. Los lugares preferidos por los encuestados para comprar electrodomésticos a crédito fueron:
• tiendas especializadas: 31.4%
• tiendas de autoservicio: 30.9%
• tiendas departamentales: 18.3%
• mueblerías pequeñas: 14.3%
Nótese que en cada uno de los 5 rubros anteriores la suma no es 100 porque los entrevistados tuvieron la opción de responder tres veces la pregunta.

Por lo demás, la encuesta también indica que existe un exceso de confianza al contratar un crédito:
• 36.2% de los encuestados no leyó el contrato.
• 16.7% no aclaró sus dudas antes de formalizar el trámite; 6.9% respondió que sólo las ha aclarado a veces.
• En cuanto a las tasas de interés, el resultado es asombroso, ya que el 86.3% dijo no saber cuánto pagaba por este concepto.

Tres cosas llaman la atención de estos resultados:
• La mayoría de la gente que compra a crédito utiliza el de la tienda para productos específicos, y ésta, como vimos en el análisis central de este artículo, ¡es la opción que cobra mayores intereses!
• La mayoría de la gente compra a crédito por la facilidad del pago, lo que sugiere que otras consideraciones importantes, como la tasa de interés del financiamiento, pasan a segundo término.
• Existe un exceso de confianza al contratar un crédito.

A pesar de lo anterior, los problemas suscitados son relativamente pocos (en el 8% de los casos) y se relacionan principalmente con las altas tasas de interés cobradas y al retraso en los pagos. Se observó que esta última situación es bastante frecuente, al darse en el 26.3% de los casos.

Fotografía de archivo

Recomendaciones finales

Antes de realizar una compra mediante alguna opción de crédito, tenga en consideración lo siguiente:
1. Infórmese sobre las características del mayor número de planes posible. Exija que le digan con claridad el monto del enganche, número de pagos, periodicidad y monto de cada pago, así como la tasa de interés y el costo total del producto. Recuerde que las tasas de interés varían, por lo que no necesariamente corresponden a las presentadas en este artículo.
2. Visite distintos establecimientos para comparar precios de contado y la disponibilidad del producto, o pregunte en el Teléfono del Consumidor (5568-8722 en el área metropolitana de la Ciudad de México y 01-800-468S-8722 larga distancia automática desde cualquier lugar de la República), en la delegación Profeco más cercana a su domicilio o buscando en el sitio www.profeco.gob.mx.
3. Compare las opciones de crédito que estén a su alcance y haga una preselección de aquellas que cobran menores tasas de interés.
4. Efectúe sus propios cálculos, sumando el enganche y los pagos por periodo, a fin de determinar qué opción representa el menor pago total.

También vale la pena evaluar lo siguiente:
• ¿La compra es lo suficientemente importante como para solicitar un crédito?
• ¿Podrá realizar los pagos sin problema?
• Si ahorrara, ¿en cuánto tiempo podría comprar el producto en efectivo? También podría considerar los sistemas de apartado (véase el recuadro correspondiente).
• ¿Se trata de un lujo o es realmente necesario?
• ¿Se trata de una compra impulsiva?

Más aún, a pesar de encontrar una gran opción de compra a plazos, ¡procure no excederse!

Fuente: Dirección General de Análisis y Prácticas Comerciales, Profeco

Ropa íntima femenina

De acuerdo con un estudio de hábitos de consumo realizado por Profeco, 50% de las mujeres encuestadas prefieren sólo dos marcas de ropa íntima, hecho significativo si se considera que en México existen más de 70 empresas fabricantes de estas prendas, con más de 109 marcas diferentes. Ante tal variedad, nuestro Laboratorio llevó a cabo un análisis de calidad de ropa íntima femenina que abarcó 40 marcas representadas por 133 modelos, mismos que pueden tener calidad semejante pero precios distintos, debido, entre otros factores, al tipo de materiales utilizados en la confección; cabe señalar que los modelos calificados con baja puntuación por lo general son más baratos. Verifique en las tablas respectivas la calificación de la marca de su preferencia, así como la de otras marcas que tal vez usted no conozca; escoja lo que más le guste y luzca sexy sin sacrificar la calidad.

Calidad

Desde su remota aparición, la ropa interior para dama ha evolucionado bajo los designios de la moda y, sobre todo recientemente, gracias a las posibilidades que ofrece la tecnología. Conozca cuáles de estas prendas, que reúnen comodidad y sensualidad, tienen la mejor calidad.

Los materiales utilizados actualmente en la confección de brasieres y pantaletas permiten brindar protección y comodidad, moldear la silueta y, por su delicadeza y diseño, favorecer la apariencia de quien las porta.

Aunque los factores involucrados en la selección de una prenda pueden ser tan complicados de definir como el gusto femenino, no es aventurado suponer que una mujer espera que un brasier le proporcione comodidad, soporte y dé forma a su figura, y que una pantaleta, además de protección y comodidad, sea suave y se ajuste al cuerpo para favorecer su apariencia e incluso minimizar problemas específicos de su figura.

También se espera que ambas prendas tengan un buen acabado y sean durables. Todo lo anterior, claro, a un precio razonable.

Las pruebas

Dada la gran variedad de gustos y necesidades que debe satisfacer la ropa interior femenina, en la actualidad es posible encontrar una enorme diversidad de modelos. Para realizar este estudio, el Laboratorio de Profeco analizó 51 modelos de brasieres de 16 marcas, y 82 modelos de pantaletas de 24 marcas. Todos los productos fueron de color blanco.

Estilos analizados

Dada la estrecha relación que existe entre el estilo de una prenda íntima y el uso que se le da, le presentamos los diversos estilos que se han incluido en este estudio.

Brasieres

Copa suave. Para quien prefiere una silueta natural.

Con relleno. Para la mujer que está entre tallas, que requiere un soporte extra o no desea que se transparente.

Con varilla. Para la mujer de busto lleno que busca soporte con poca presión en los hombros por los tirantes.

Con varilla de realce. Para dar una apariencia de busto más lleno, ya que lo levanta.

De talle largo. Para quienes requieren control abdominal además de soporte.

Pantaletas

Corte brasileño. Su característica principal es su corte bajo en "v" a la cadera, su diseño ayuda a que no sobresalga de la prenda exterior al sentarse.

Corte francés. El diseño de estas prendas se caracteriza por presentar las cos-

Ficha técnica

Periodo de muestreo: Del 27 de noviembre al 17 de diciembre de 2002.

Periodo de análisis: Del 3 de diciembre de 2002 al 31 de enero de 2003.

Número de marcas y modelos analizados: 133 modelos de 40 marcas.

Número de pruebas realizadas: 6,432.

Recomendaciones de uso

- Es importante que las prendas reciban un lavado adecuado de acuerdo con el tipo de tela o características de diseño. Por ello es recomendable revisar las instrucciones de cuidado que deben estar adheridas a cada prenda. Esto ayudará a conservarlas en buen estado por más tiempo.
- Es necesario lavar la prenda íntima antes de usarla por primera vez, con la finalidad de eliminar cualquier tipo de contaminación de fabricación o de almacenamiento.

turas en la parte frontal y tener el corte de pierna ligeramente más alto, proporcionando mayor comodidad.

Corte pierna alta. La confección de esta prenda ayuda a que las piernas luzcan más largas debido a su corte angosto en los costados.

Completo. Cubre en su totalidad la cintura, el abdomen y la parte trasera; dependiendo de sus materiales esta prenda puede proporcionar un control de ajuste en el abdomen.

Bikini. Por su diseño angosto en los costados cubre medio glúteo.

Las pruebas

Para determinar la calidad global en la ropa interior para dama, las muestras fueron sometidas por el Laboratorio de Profeco a 16 pruebas.

Para facilitar su comprensión, los resultados se agruparon bajo seis diferentes conceptos que se describen a continuación.

Información al consumidor. Se verificó que las etiquetas permanentes de las prendas tuvieran toda la información obligatoria como talla, recomendaciones de cuidado, marca comercial, descripción de insumos, país de origen y datos del fabricante o importador.

Contenido de insumos. Por métodos físicos y químicos se determinaron los tipos de fibras con las que están fabricadas estas prendas, comparando el resultado con lo indicado en su etiqueta. En el caso de los brasieres, el análisis se realizó únicamente en las copas.

Acabados. Se revisaron las telas y los acabados con los que están elaboradas las prendas, observando que no presentaran defectos o alteraciones que a simple vista demeriten su apariencia o funcionalidad.

Resistencia al encogimiento. Se determinaron los cambios dimensionales por encogimiento o alargamiento de las prendas después de un proceso de lavado automático.

Durabilidad. Después de someter las prendas a 30 ciclos normales de lavado automático, se realizaron pruebas de resistencia de la tela, peso y deformación en los elásticos, verificando con esto la pérdida de sus características iniciales.

Apariencia después de 30 ciclos de lavado. Por inspección visual, se comparó el deterioro que sufrieron las prendas después de 30 ciclos normales de lavado automático para simular un lapso de seis meses de uso.

Conclusiones

- Algunas de las prendas analizadas no cumplen con la normatividad obligatoria referente a las instrucciones de cuidado o conservación.
- La mayoría de las prendas cumplen con la verificación de tallas. Sin embargo, es importante que usted se asegure de que está adquiriendo la

- **NOM-004-SCFI-1994** Información comercial, etiquetado de productos textiles, prendas de vestir y sus accesorios.
- **NMX-A-278-INNTEX-1999** Industria textil-Tejido de punto. Descripción de defectos.
- **NMX-A-095-INNTEX-2002** Industria textil-Vestido-Tallas para pantaleta de dama.
- **NMX-A-84-1966** Análisis cuantitativo de los materiales textiles para su ensayo.
- **NMX-A-162-1971** Método de prueba para la identificación de fibras y filamentos textiles.
- **NMX-A-110-1996. INNTEX** Método de prueba para acondicionamiento de fibras y productos textiles para su ensayo.
- **NMX-A-158-1999. INNTEX** Método de prueba para determinar los cambios dimensionales en los tejidos planos y de punto.
- **NMX-A-311-1997. INNTEX** Método de prueba para preparación, marcado y mediciones de especímenes de tela y prendas para determinar los cambios dimensionales.
- **NMX-A-216-1996. INNTEX** Método de prueba para determinar la resistencia al reventamiento en género de punto (Método Mullen Burst).
- **NMX-A-208-INNTEX-2001** Industria textil-Vestido-Tallas para sostén.

Recomendaciones de compra

- Compre en el mercado formal, de lo contrario corre el riesgo de adquirir productos de dudosa procedencia.
- Verifique que los empaques estén totalmente cerrados para asegurar la completa higiene de la prenda.
- Consulte a la vendedora especializada para que le ayude a elegir la talla correcta, especialmente en brasieres, y le proporcione información sobre los materiales de confección de la prenda y el estilo o cualidades del diseño que mejor se ajusten a las necesidades y preferencias de usted.
- Antes de adquirir estos productos es conveniente revisar la información sobre las características y propiedades de cada marca, modelo o estilo.
- Si usted decide hacer la adquisición de estas prendas a granel, asegúrese de que no tengan defectos visibles, decoloraciones, o cualquier otra anomalía en su textura, forma, tamaño o simetría.
- El precio de estos productos puede variar considerablemente entre marcas y establecimientos. Siempre es recomendable comparar precios y calidad antes de adquirirlos.

Brasieres

Brasier

Marca / Modelo Productos de origen nacional	Información al consumidor	Contenido de insumos	Acabados	Resistencia al encogimiento	Durabilidad	30 ciclos de lavado después	Evaluación global de calidad
Carnival / 816	Completa	100% Poliéster	E	E	E	E	**100**
Ilusión / 7007	Completa	100% Poliamida	E	E	E	E	**100**
Playtex / 5100	Completa	82,67% Poliéster, 17,33% Poliamida	E	E	E	E	**100**
Playtex / 5057	Completa	79,79% Poliamida, 20,21% Elastano	E	E	E	E	**100**
Vicky Form / 1077	Completa	100% Poliéster	E	E	E	E	**100**
Playtex / 5734	Completa	77,78% Poliamida, 22,22% Elastano	E	E	E	B	**98**
Carelli / 4496	Completa	62,69% Algodón, 37,31% Poliamida	E	E	B	E	**96**
Ilusión / 7050	Completa	100% Poliamida	E	B	E	R	**95**
Ilusión / 7022	Completa	100% Poliamida	E	E	B	E	**95**
Playtex Cross Your Heart / 5035	Completa	63,53% Poliéster, 36,47% Poliamida	E	E	B	E	**95**
Ilusión / 1703	Completa	91,54% Algodón, 8,46% Elastano	E	B	E	E	**94**
Playtex / 5390	Completa	90,52% Poliamida, 9,48% Elastano	E	B	B	E	**94**
Far Fan / 2005	Instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Poliamida	E	E	E	E	**93**
Vicky Form / 674	Completa	100% Poliéster	E	B	B	E	**93**
Wonderbra / 7105	Completa	77,97% Poliamida, 22,03% Elastano	E	E	B	B	**93**
Carnival / 2179	Completa	81,50% Poliamida, 18,50% Elastano	E	E	B	B	**92**
Playtex / 5733	Completa	81,10% Poliéster, 18,90% Poliamida	E	E	B	R	**91**
Warner's / 1237	Completa	79,25% Poliamida, 20,75% Elastano	E	E	B	B	**91**
Warner's / 2512	Completa	91,49% Poliamida, 8,51% Elastano	B	B	B	E	**91**
Carelli / 2724	Completa	90,84% Poliamida, 9,16% Elastano	E	E	B	E	**90**
Ilusión / 7421	Completa	83,44% Poliamida, 16,56% Elastano	E	E	B	E	**90**
Marel / 048	Completa	79,14% Poliamida, 20,86% Elastano	E	E	B	E	**90**
Playtex Now / 5060	Completa	77,74% Poliamida, 22,26% Elastano	E	E	B	E	**90**
Vicky Form / 2004	Completa	92,82% Poliamida, 7,18% Elastano	E	R	B	B	**90**
Cylyo / 517	No declara insumos, instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	E	E	B	E	**88**
Ilusión / 7081	Completa	59,13% Poliamida, 27,84% Poliéster 13,03% Elastano	E	B	B	B	**88**
Teens Hanes / 5296	Completa	92,18% Poliamida, 7,82% Elastano	E	E	B	B	**88**
Warner's / 2810	Completa	100% Algodón	B	B	B	R	**88**
Ilusión / 7002	Completa	84,37% Poliamida, 15,63% Elastano	E	B	B	E	**87**
Halston / 6004	La etiqueta no indica marca, instrucciones de lavado y secado incompletas, no cumple con la correspondencia de tallas	92,06% Algodón 7,94% Elastano	E	E	B	B	**86**
Ilusión / 7040	Completa	87,37% Poliamida, 12,63% Elastano	E	B	B	B	**86**
Ilusión / 7080	Completa	70,96% Poliamida, 19,65% Elastano 9,39% Lurex	E	E	B	E	**86**
Vicky Form / 1079	Completa	76,45% Poliamida, 23,55% Elastano	E	E	B	E	**86**
Airé / 1270	Completa	92,37% Poliamida, 7,63% Elastano	E	E	B	E	**85**
Carelli / 973	Completa	100% Poliamida	E	E	B	E	**85**
Marel / 007	Completa	94,80% Algodón, 5,20% Elastano	B	B	B	E	**84**
Marel / 012	Completa	89,73% Poliamida, 10,27% Elastano	B	E	B	E	**84**
Playtex / 159	Completa	100% Poliamida	E	E	B	E	**84**
Playtex Cross Your Heart / 5092	Completa	84,73% Poliéster, 15,27% Poliamida	E	B	B	E	**84**
Vicky Form / 634	Completa	100% Poliéster	E	E	B	E	**84**
African / 136	Completa	91,36% Algodón, 8,64% Elastano	B	R	R	E	**83**
Carelli / 4493	Completa	84,28% Poliamida, 15,72% Elastano	E	B	B	B	**83**
Marel / 061	Completa	100% Poliamida	E	E	B	B	**82**
Playtex / 44203	Completa	78,78% Poliamida, 21,22% Elastano	E	B	B	E	**81**
Lovable / 877	Instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Poliamida	E	E	R	E	**80**

Brasieres (*continuación*)

Brasier

Marca / Modelo Productos de origen nacional	Información al consumidor	Contenido de insumos	Acabados	Resistencia al encogimiento	Durabilidad	30 ciclos de lavado después	Evaluación global de calidad
Halston / 7832	Instrucciones de lavado y secado incompletas, no cumple con la correspondencia de tallas	86,86% Algodón, 7,82% Elastano 5,32% Poliéster	E	E	B	E	**79**
Halston / 7740	La etiqueta no indica marca, instrucciones de lavado y secado incompletas	70,58% Algodón, 24,54% Poliéster 4,88% Elastano	E	E	R	E	**76**
Marel / 084	Completa	46,14% Algodón, 45,71% Poliéster 8,15% Elastano	B	E	R	B	**76**
Luk / 035	La etiqueta no indica talla, instrucciones de lavado y secado incompletas, no cumple con la correspondencia de tallas	52,29% Poliéster, 47,71% Algodón	E	R	B	B	**75**
Marel / 047	Completa	91,87% Algodón, 8,13% Elastano	E	E	R	B	**72**
Luk / 025	La etiqueta no indica talla, instrucciones de lavado y secado incompletas, no cumple con la correspondencia de tallas	100% Poliéster	E	R	R	B	**67**

Pantaletas completas

Completa

Teens / 5299	Completa	93,54% Poliamida, 6,46% Elastano	B	E	E	B	**96**
Ilusión / 2152	Completa	80,54% Poliamida, 19,46% Elastano	E	E	E	E	**95**
Warner's / 306	Completa	74,71% Poliamida, 20,84% Elastano 4,45% Algodón	E	E	B	E	**95**
Carnival / 841	Completa	86,34% Poliamida, 13,66% Elastano	E	B	B	E	**93**
Peach / 741	Completa	90,08% Algodón, 9,92% Elastano	E	B	E	E	**93**
Ilusión / 2155	Completa	79,77% Poliamida, 20,23% Elastano	E	E	B	E	**92**
Playtex Shapewear / 3737	Completa	81,94% Poliamida, 18,06% Elastano	E	E	B	B	**92**
Vandiora / 3077	Completa	91,36% Algodón, 8,64% Elastano	E	B	B	E	**92**
Halston / 7871	Instrucciones de lavado y secado incompletas	91,51% Algodón, 8,49% Elastano	E	B	B	E	**90**
Vicky Form / 221	Completa	78,98% Poliamida, 21,02% Elastano	E	E	B	E	**90**
Marel / 404	Completa	100% Algodón	E	B	B	E	**88**
Nathalie / 1303	Instrucciones de lavado y secado incompletas	46,39% Poliéster, 44,36% Algodón 9,25% Elastano	E	E	B	E	**88**
Playtex Super Look / 123	Completa	81,41% Poliamida, 18,59% Elastano	E	B	B	E	**88**
Tania / 3004	La etiqueta no indica marca, instrucciones de lavado, secado y planchado incompletas	100% Algodón	E	B	E	R	**88**
Peter Pan Conture / 106-1	Instrucciones de secado incompletas	100% Algodón	B	B	B	E	**86**
Carelli / 2562	Completa	93,58% Algodón, 6,42% Elastano	E	E	B	E	**85**
Nathalie / 1138	Instrucciones de lavado y secado incompletas	78,30% Poliamida, 21,70% Elastano	B	B	B	E	**82**
Cylyo / 105	La etiqueta no indica insumos, instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	E	B	B	B	**79**
Marel / 414	Completa	100% Algodón	E	R	B	B	**79**
Cylyo / 2035	La etiqueta no indica insumos, instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	B	B	B	E	**77**

Pantaletas corte brasileño

Corte brasileño

Playtex Sin Palabras / 2133	Completa	81,68% Poliéster, 18,32% Poliamida	E	B	B	E	**93**
Lovable / 287	Instrucciones de lavado y secado incompletas	79,18% Poliamida, 20,82% Elastano	E	B	B	R	**83**
Cylyo / 2071	Instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	B	B	B	R	**82**
Cylyo / 2037	Instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	E	B	R	E	**78**

EXCELENTE BUENO REGULAR

Pantaletas corte francés

Corte francés

Marca / Modelo Productos de origen nacional	Información al consumidor	Contenido de insumos	Acabados	Resistencia al encogimiento	Durabilidad	30 ciclos de lavado después	Evaluación global de calidad
Playtex Super Look / 118	Completa	92,24% Poliamida, 7,76% Elastano	E	E	E	B	**98**
Marel / 212	Completa	81,08% Poliamida, 18,92% Elastano	E	E	B	B	**96**
Playtex Lace Fantasies / 2657	Completa	79,06% Poliamida, 20,94% Elastano	E	E	E	B	**96**
Playtex Shapewear / 27611	Completa	79,77% Poliamida, 20,23% Elastano	E	E	B	E	**94**
Playtex Stylis / 5735	Completa	82,20% Poliamida, 17,80% Elastano	E	B	E	E	**94**
Playtex Arcomágico / 2390	Completa	91,79% Poliamida, 8,21% Elastano	B	E	B	E	**93**
Cylyo / 200	La etiqueta no indica insumos, instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	E	E	E	B	**92**
Cylyo / 2028	La etiqueta no indica insumos, instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	E	B	E	E	**92**
Carelli / 2493	Completa	83,71% Poliamida, 16,29% Elastano	E	E	B	E	**91**
Marel / 247	Completa	91,81% Algodón, 8,19% Elastano	E	B	B	E	**91**
Playtex Super Look / 2917	Completa	77,88% Poliamida, 22,12% Elastano	E	E	B	E	**90**
Vandiora / 1062	Completa	91,12% Algodón, 8,88% Elastano	E	E	B	E	**90**
Vicky Form / 1004	Completa	93,75% Poliamida, 6,25% Elastano	E	B	B	E	**90**
Cylyo / 219	La etiqueta no indica insumos, instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	E	B	B	B	**89**
Dul Carol / 701	Instruc. de secado incompletas, no indica nombre genérico de fibras	50,97% Poliéster, 49,03% Algodón	B	B	E	B	**89**
Lovable / 210	Instrucciones de lavado y secado incompletas	80,78% Poliamida, 19,22% Elastano	E	E	E	R	**89**
Halston / 7840	La etiqueta no indica marca, instrucciones de lavado y secado incompletas	92,43% Algodón, 7,57% Elastano	B	B	B	B	**88**
Warner's / 137	Completa	74,40% Poliamida, 21,40% Elastano 4,20% Algodón	E	E	B	E	**88**
Warner's / 312	Completa	87,74% Poliamida, 8,75% Elastano 3,51% Algodón	E	E	B	B	**88**
Damé / 8600	Instrucciones de lavado y secado incompletas	82,08% Poliamida, 17,92% Elastano	B	B	B	E	**85**
Playtex Cross Your Heart / 2335	Completa	81,45% Poliéster, 18,55% Poliamida	E	E	R	E	**81**
Daniela / 0229	Instrucciones de lavado y secado incompletas	87,04% Poliamida, 12,96% Elastano	B	B	R	E	**80**

Pantaletas pierna alta

Pierna alta

Ilusión / 1368	Completa	90,93% Algodón, 9,07% Elastano	E	E	E	E	**100**
Airé / 7091	Completa	86,76% Poliamida, 8,43% Elastano 4,81% Algodón	E	E	E	E	**100**
Ilusión / 1410	Completa	83,90% Poliamida, 16,10% Elastano	E	B	E	E	**99**
Ilusión / 9190	Completa	80,90% Poliamida, 19,10% Elastano	E	E	B	E	**95**
Wonderbra / 7138	Completa	79,50% Poliamida, 20,50% Elastano	E	E	B	E	**95**
Ilusión / 1390	Completa	91,29% Algodón, 8,71% Elastano	E	B	B	E	**93**
Nathalie / 0211	Instrucciones de lavado y secado incompletas	92,38% Poliamida, 7,62% Elastano	E	E	E	E	**89**
Ilusión / 4149	Completa	86,49% Poliamida, 13,51% Elastano	E	B	B	B	**87**
Tania / 3003	La etiqueta no indica marca, instrucciones de lavado, secado y planchado incompletas	100% Algodón	E	B	B	E	**86**
Cylyo / 2040	La etiqueta no indica insumos, instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	B	B	B	B	**80**

EXCELENTE BUENO REGULAR

Bikini

Marca / Modelo Productos de origen nacional	Información al consumidor	Contenido de insumos	Acabados	Resistencia al encogimiento	Durabilidad	30 ciclos de lavado después	Evaluación global de calidad
Carelli / 2561	Completa	92,89% Algodón, 7,11% Elastano	E	E	E	E	**100**
Ilusión / 1468	Completa	83,38% Poliamida, 16,62% Elastano	E	E	E	E	**100**
Playtex Now / 2040	Completa	77,60% Poliamida, 22,40% Elastano	E	E	E	E	**100**
Wonderbra / 7106	Completa	77,59% Poliamida, 22,41% Elastano	E	E	E	E	**99**
Carelli / 2560	Completa	83,68% Poliamida, 16,32% Elastano	E	E	E	E	**96**
Luk / 004	Instrucciones de lavado y secado incompletas	51,03% Algodón, 48,97% Poliéster	B	B	E	E	**96**
Airé / 7097	Completa	86,07% Poliamida. 7,76% Elastano 6,17% Algodón	E	E	B	E	**94**
African / 133	Instrucciones de lavado, secado y planchado incompletas	89,93% Algodón, 10,07% Elastano	E	B	B	E	**94**
Ilusión / 8168	Completa	81,78% Poliamida, 18,22% Elastano	E	E	B	E	**94**
Marel / 261	Completa	91,33% Poliamida, 8,67% Elastano	E	B	B	E	**94**
Berlei / 23-741	Completa	92,29% Algodón, 7,71% Elastano	E	B	E	B	**92**
Carelli / 1178	Completa	77,35% Algodón, 22,65% Elastano	E	E	B	E	**92**
Cylyo / 223	La etiqueta no indica insumos, instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	B	B	E	E	**92**
Nathalie / 1132	Instrucciones de lavado y secado incompletas	44,36% Poliéster, 47,12% Algodón 8,52% Elastano	B	E	B	E	**92**
Vandiora / 3078	Completa	91,16% Algodón, 8,84% Elastano	E	B	B	B	**90**
Peach / 712	No indica nombre genérico de fibras	76,47% Poliamida, 23,53% Elastano	E	E	B	E	**89**
Dany Brass / 70-5	Instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	E	E	B	E	**88**
Peach / 792	Completa	90,28% Algodón, 9,72% Elastano	E	B	B	E	**88**
Cylyo / 218	La etiqueta no indica insumos, instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	E	B	B	E	**87**
Halston / 7885	La etiqueta no indica marca, instrucciones de lavado y secado incompletas	90,87% Algodón, 9,13% Elastano	E	B	B	E	**86**
Cylyo / 2056	La etiqueta no indica insumos, instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	E	B	B	E	**83**
Daniela / 0215	Instrucciones de lavado y secado incompletas	50,39% Algodón, 49,61% Poliéster	E	B	B	E	**83**
Nathalie / 0261	Instrucciones de lavado y secado incompletas	82,52% Poliamida, 17,48% Elastano	E	E	B	R	**83**
Cylyo / 2090	La etiqueta no indica insumos, instrucciones de lavado y secado incompletas	100% Algodón	E	B	B	R	**79**
Nathalie / 0237	Instrucciones de lavado y secado incompletas	90,97% Poliamida, 9,03% Elastano	E	E	R	E	**73**
Halston / 7739	La etiqueta no indica marca, instrucciones de lavado y secado incompletas	69,82% Algodón, 25,27% Poliéster 4,91% Elastano	E	E	R	B	**72**

Sujetador sostén brassière brasier

En la vigésima segunda edición (2001) del *Diccionario de la Real Academia Española* (la máxima autoridad en todo lo que atañe a nuestro idioma) se define la palabra *sostén* como "prenda de vestir interior que usan las mujeres para ceñir el pecho", y se define también *sujetador* como "prenda interior femenina" o como "pieza del biquini que sujeta el pecho". El citado diccionario no incluye la palabra francesa *brassière* como sinónimo de sujetador o sostén, y tampoco la castellaniza como brasier, que es el término con el que por lo general se conoce a esta prenda en la República Mexicana. Sin embargo, la primera edición del *Diccionario del español usual en México* (1996), editado por El Colegio de México, define la palabra *brasier* (plural brasieres) como "prenda íntima femenina que sirve para sostener los pechos"; este diccionario también acepta *brassier*.

medida correcta, que se ajuste a sus necesidades y expectativas. Algunas marcas cuentan con folletos que describen de manera sencilla la forma de obtener su talla correcta.

- Se encontró que existen cuatro marcas analizadas que en su descripción de insumos no utilizan los nombres de las fibras textiles, tal como lo señala la normatividad oficial para estos productos.

Si requiere más información sobre este estudio, comuníquese a nuestro Laboratorio de Pruebas a los teléfonos 5549-0495 y 5544-2122 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar los estudios de calidad en Internet en la página www.profeco.gob.mx

Precio
calidad y diseño

La evolución en la tecnología y las preferencias de las consumidoras han hecho posible que exista ropa íntima femenina confeccionada con suaves materiales y con diseños atractivos y cómodos. ¿Cuánto cuestan esas prendas? Aquí se lo decimos.

En el mercado de la corsetería existen una gran variedad de estilos, colores, calidades y texturas, por lo que las mujeres hoy tienen muchas opciones para seleccionar sus prendas íntimas.

En nuestro país se encuentran más de 70 empresas fabricantes de ropa interior para dama, con más de 109 marcas diferentes como Playtex, Ilusión, Carnival, Vicky Form y Wonderbra, entre otras. Además, se comercializan marcas importadas de renombre internacional como Eres, La Perla, Maidenform, Leonisa y Penrose, por mencionar algunas. Las importaciones de ropa interior para dama provienen principalmente de Estados Unidos.

Aparte de la gran variedad de tipos y marcas de ropa interior, también se observan en el mercado grandes diferencias de precio y calidad en las prendas. Para que al momento de comprar usted tome la mejor decisión, en estas páginas le presentamos los precios de más de 100 modelos diferentes de ropa interior para dama, considerados por el Laboratorio de **Profeco** en sus pruebas de calidad. Esta información fue levantada del 27 de enero al 3 de febrero de 2003 en 23 ciudades donde opera el programa Quién es quién en los precios.

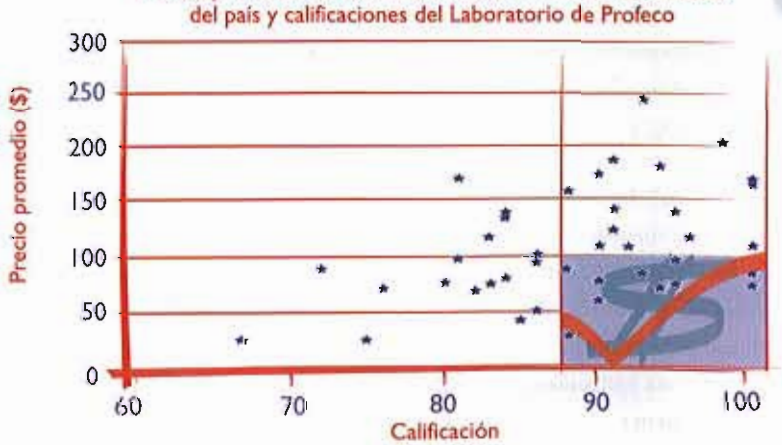
Lo que se observó

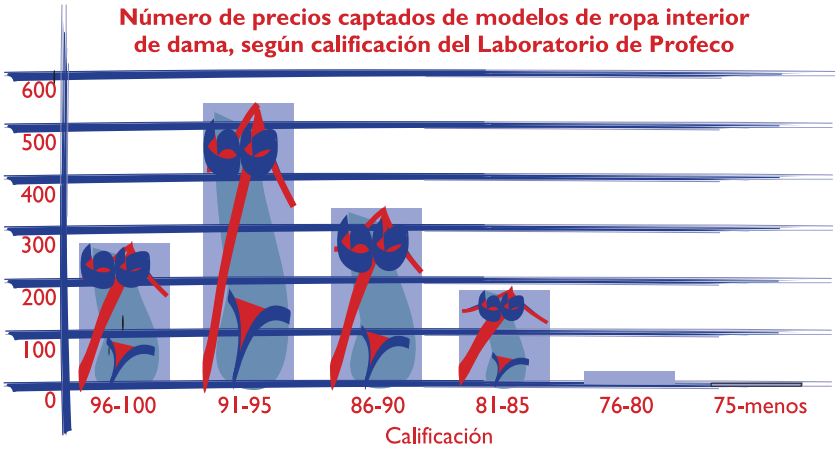
En general, la relación entre precio y calidad de las prendas fue positiva, es decir, las prendas de menor precio tendieron a ser las que obtuvieron menor calificación del Laboratorio. Sin embargo, modelos con una misma calificación tuvieron diferentes precios, derivado no sólo de las condiciones del mercado, sino de características específicas como el tipo de broche, estampados y encajes, entre otras. Por ejemplo, los brasieres con 100 puntos de calificación tuvieron precios promedio entre $74.25 y $171.50.

En la gráfica de abajo se presenta esta relación. Destaca el número de productos con precios relativamente bajos y que resultaron bien calificados por nuestro Laboratorio.

Precios y calificaciones de brasieres

Precios promedio de los modelos de brasieres en 23 ciudades del país y calificaciones del Laboratorio de Profeco





A pesar del amplio rango de calificaciones del Laboratorio, en el mercado de ropa interior femenina de nuestro país se encontraron con muy poca frecuencia las prendas que obtuvieron bajas calificaciones; sólo el 2% de las observaciones correspondieron a modelos con calificación de 80 puntos o menos. Cabe destacar que en Apizaco y Tepic este porcentaje fue superior al 10%.

Precios de brasieres

			Precios mínimos y máximos					
			Ciudad de México		Guadalajara		Morelia	
Calificación	Marca	Modelo	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.
100	Playtex	5100	$ 121	$ 184	$ 122	$ 184	$ 133	$ 184
		5057	$ 125	$ 189	$ 125	$ 189	$ 138	$ 189
	Carnival	816	$ 69	$ 90	$ 68	$ 93	$ 68	$ 93
	Ilusión	7007	$ 54	$ 75	$ 75	$ 75	$ 75	$ 75
	Vicky Form	1077	$ 86	$ 105	$ 109	$ 109	$ 109	$ 125
98	Playtex	5734	$ 145	$ 239	$ 158	$ 239	$ 173	$ 239
96	Carelli	4496			$ 118	$ 118	$ 118	$ 118
95	Playtex	5035	$ 102	$ 154	$ 102	$ 154	$ 112	$ 154
	Ilusión	7050	$ 67	$ 109	$ 76	$ 95	$ 80	$ 109
		7022	$ 56	$ 70	$ 64	$ 64	$ 67	$ 85
94	Ilusión	1703	$ 51	$ 51				
	Playtex	5390	$ 131	$ 199	$ 132	$ 199	$ 144	$ 199
93	Wonderbra	7105	$ 181	$ 274	$ 183	$ 274	$ 199	$ 274
	Vicky Form	674	$ 66	$ 97	$ 70	$ 97	$ 70	$ 97
92	Carnival	2179	$ 86	$ 130	$ 105	$ 120	$ 93	$ 120
91	Playtex	5733	$ 102	$ 189	$ 102	$ 179	$ 112	$ 154
	Warner's	2512	$ 135	$ 215	$ 142	$ 215	$ 183	$ 215
		1237	$ 88	$ 139	$ 92	$ 118	$ 118	$ 139
90	Playtex	5060	$ 131	$ 199	$ 131	$ 199	$ 144	$ 199
	Vicky Form	2004	$ 86	$ 129	$ 91	$ 129	$ 100	$ 129
	Marel	048	$ 75	$ 83	$ 75	$ 83	$ 75	$ 83
	Ilusión	7421	$ 52	$ 55	$ 50	$ 55	$ 65	$ 74
	Carelli	2724	$ 58	$ 65	$ 65	$ 65	$ 47	$ 65
88	Warner's	2810	$ 112	$ 169	$ 112	$ 169	$ 169	$ 189
	Ilusión	7081	$ 70	$ 99	$ 77	$ 99	$ 99	$ 99
86	Ilusión	7080	$ 70	$ 70				
	Vicky Form	1079	$ 78	$ 122	$ 84	$ 122	$ 95	$ 119
	Ilusión	7040	$ 67	$ 109	$ 77	$ 104	$ 95	$ 109
	Halston	6004	$ 50	$ 50	$ 50	$ 50	$ 50	$ 50
85	Carelli	973	$ 44	$ 44				
84	Playtex	159	$ 105	$ 159	$ 105	$ 159	$ 116	$ 159
		5092	$ 102	$ 159	$ 102	$ 154	$ 112	$ 154
	Marel	007	$ 81	$ 100	$ 68	$ 100	$ 60	$ 90
	Vicky Form	634	$ 61	$ 90	$ 72	$ 90	$ 77	$ 90
83	Teens Hanes (Top)	5296	$ 59	$ 89	$ 59	$ 80	$ 65	$ 89
	Carelli	4493			$ 118	$ 118	$ 118	$ 118
82	Marel	061					$ 80	$ 80
81	Playtex	44203	$ 125	$ 189	$ 125	$ 189	$ 138	$ 189
	Ilusión	7002	$ 71	$ 119	$ 81	$ 114	$ 90	$ 105
80	Lovable	877	$ 56	$ 95	$ 77	$ 99	$ 73	$ 85
76	Marel	084					$ 80	$ 80
75	Luk	035					$ 23	$ 23
67	Luk	025					$ 23	$ 23

Precios de pantaletas

Calificación	Marca	Modelo	Precios mínimos y máximos					
			Ciudad de México		Guadalajara		Morelia	
			Mín.	Máx.	Mín.	Máx.	Mín.	Máx.
100	Airé	7091 / 697091	$ 79	$ 119	$ 79	$ 119	$ 87	$ 119
	Ilusión	1368	$ 30	$ 37	$ 30	$ 30	$ 32	$ 38
		1468	$ 30	$ 40	$ 35	$ 40	$ 32	$ 42
	Playtex	2040	$ 79	$ 90	$ 79	$ 119	$ 86	$ 119
99	Ilusión	1410	$ 27	$ 42	$ 31	$ 44	$ 39	$ 40
	Wonderbra	7106	$ 75	$ 114	$ 76	$ 114	$ 83	$ 114
98	Playtex	118	$ 65	$ 98	$ 65	$ 98	$ 72	$ 72
96	Luk	004					$ 10	$ 10
	Playtex	2657	$ 79	$ 87	$ 79	$ 119	$ 87	$ 119
95	Ilusión	2152	$ 26	$ 40	$ 39	$ 40	$ 32	$ 44
		9190	$ 27	$ 31			$ 31	$ 44
	Warner's	306	$ 69	$ 109	$ 72	$ 109	$ 109	$ 109
	Wonderbra	7138	$ 79	$ 90	$ 80	$ 120	$ 120	$ 120
94	Airé	7097 / 697097	$ 79	$ 119	$ 79	$ 119	$ 86	$ 119
	Ilusión	8168	$ 24	$ 30	$ 30	$ 39	$ 28	$ 39
	Playtex	27611	$ 95	$ 149	$ 99	$ 149	$ 108	$ 149
		5735	$ 79	$ 139	$ 92	$ 139	$ 139	$ 139
93	Carnival	P-841	$ 45	$ 55	$ 45	$ 50	$ 50	$ 50
	Ilusión	1390	$ 25	$ 30	$ 29	$ 40	$ 41	$ 41
	Playtex	2133	$ 52	$ 77	$ 53	$ 79	$ 57	$ 79
		2390	$ 62	$ 94	$ 63	$ 94	$ 68	$ 94
92	Berlei	23-741	$ 27	$ 30	$ 33	$ 65	$ 30	$ 50
	Carelli	1178	$ 38	$ 38				
	Ilusión	2155	$ 38	$ 50	$ 40	$ 55	$ 40	$ 55
	Playtex	3737	$ 108	$ 164	$ 109	$ 164	$ 119	$ 164
91	Carelli	2493			$ 64	$ 64		
90	Playtex	2917	$ 65	$ 99	$ 66	$ 99	$ 72	$ 99
	Vandiora	3077			$ 25	$ 34	$ 40	$ 40
	Vicky Form	1004	$ 66	$ 97	$ 79	$ 99	$ 80	$ 97
		221	$ 46	$ 67	$ 47	$ 67	$ 48	$ 67
89	Lovable	210	$ 55	$ 55				
	Marel	247	$ 40	$ 45	$ 45	$ 45		
88	Halston	7840	$ 30	$ 30	$ 30	$ 30		
	Playtex	123	$ 72	$ 109	$ 72	$ 109	$ 79	$ 109
	Tania (paq. con 3)	3004	$ 43	$ 45			$ 45	$ 45
	Vandiora	1062	$ 32	$ 32	$ 19	$ 19	$ 20	$ 23
		3078			$ 25	$ 34		
	Warner's	137	$ 63	$ 99	$ 66	$ 99	$ 85	$ 85
		312	$ 94	$ 149	$ 98	$ 149	$ 149	$ 149
87	Ilusión	4149	$ 31	$ 50	$ 36	$ 49	$ 39	$ 45
86	Marel	404	$ 22	$ 28	$ 22	$ 28	$ 22	$ 22
	Peter Pan	106-1	$ 52	$ 65	$ 65	$ 65	$ 45	$ 75
	Tania (paq. con 3)	3003	$ 43	$ 45			$ 45	$ 45
85	Damé	8600	$ 27	$ 27				
83	Lovable	287	$ 48	$ 48				
	Nathalie	0261	$ 15	$ 15				
81	Playtex	2335	$ 72	$ 109	$ 72	$ 109	$ 79	$ 109
77	Marel	414	$ 27	$ 35	$ 27	$ 29	$ 27	$ 27

Quién es quién en los precios

Los mejores precios

Tiendas que ofrecieron el mayor número de modelos de brasieres y pantaletas

	Los precios más bajos			Los precios más altos		
	Tienda	Modelo	Total de modelos encontrados	Tienda	Modelo	Total de modelos encontrados
	Brasieres					
Cd. de México	Grupo Chavita	19	20	Sears	13	14
	Ghl Héctor Guerrero Lara	13	14	Palacio de Hierro	12	14
	Bonetería Saki	11	12	Liverpool	5	5
	Industrias Boneteras El Bebé	10	13	Gigante	5	5
Guadalajara	Grupo Chavita	20	23	El Nuevo Mundo	13	15
	Centro Bonetero Ricardo	11	11	Sears	12	13
	Corsetería Fina	7	8	Gigante	11	13
	ISSSTE	3	4	Fábricas de Francia	6	7
Morelia	Distrib. La Estrella de Mixcalco	14	16	Gigante	12	14
	Woolworth	4	5	Fábricas de Francia	8	10
				Caliope Ropa Íntima	8	9
	Pantaletas					
Cd. de México	Grupo Chavita	16	16	Palacio de Hierro	10	10
	Bonetería El Triunfo	14	15	Wal Mart	9	12
	Bonetería Saki	12	13	Sears	9	10
	Almacenes El Overol	10	15	Gigante	6	6
Guadalajara	Grupo Chavita	23	25	Sears	18	19
	Centro Bonetero Ricardo	14	14	El Nuevo Mundo	17	22
	Corsetería Fina	13	13	Suburbia	11	19
				Fábricas de Francia	7	8
Morelia	Distrib. La Estrella de Mixcalco	17	21	Wal Mart	9	13
	Comercial Mexicana	5	9	Gigante	6	8
				Fábricas de Francia	6	9

En la mayoría de las ciudades donde se realizó el levantamiento de precios se encontró un alto porcentaje de modelos analizados. En las ciudades de México, Guadalajara y Morelia se localizaron 75% de los mismos, pero en Tijuana, Tepic y Cancún se reportaron menos del 40%.

Por consideraciones de espacio, en este artículo sólo se presentan los precios máximos y mínimos de las tres ciudades con mayor disponibilidad de precios: Ciudad de México, Guadalajara y Morelia.

Los precios más bajos en la mayoría de los brasieres se observaron en la Ciudad de México, donde se localizaron 30 de 43 modelos; con respecto a las pantaletas, se localizaron 38 de 48 modelos.

La mayor diferencia de precios se dio en la Ciudad de México. Por ejemplo, el brasiere Playtex modelo 5733 tuvo un precio mínimo de $ 102 y un máximo de $ 189, con una diferencia de $ 87, en tanto que en Morelia se registraron las menores diferencias de precios de las tres ciudades.

La facilidad para encontrar un mismo modelo de ropa interior varió en las tres ciudades. En Morelia, el 28% de los modelos fueron encontrados en más del 40% de las tiendas visitadas; en cambio, en la Ciudad de México lo anterior ocurrió sólo con el 14% de los modelos. En las tiendas especializadas, que ofrecen venta al mayoreo y medio mayoreo, fue donde se encontró más variedad de modelos.

Los datos anteriores indican que no todas las marcas y modelos se pueden encontrar en la mayoría de las tiendas comerciales donde se ofrecen este tipo de prendas, probablemente porque existe exclusividad de los modelos en los diferentes establecimientos.

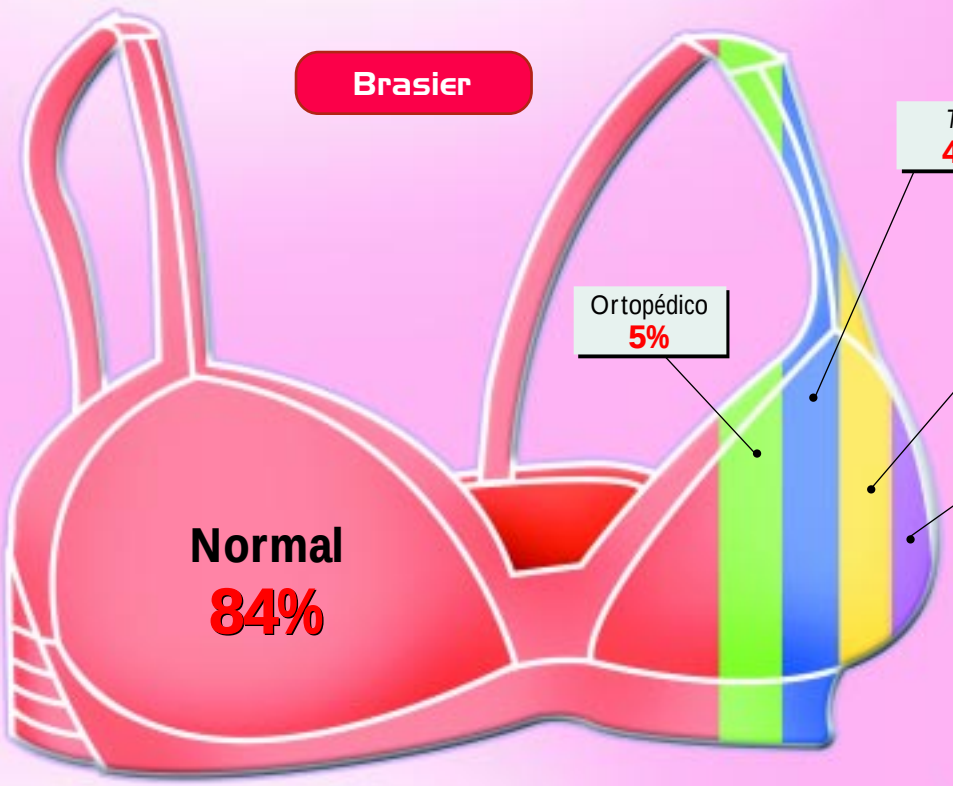
Los lugares que ofrecieron los precios más bajos fueron principalmente las tiendas de mayoreo y medio mayoreo, como Grupo Chavita en la Ciudad de México y Guadalajara, así como Distribuidora Estrella de Mixcalco en Morelia. Cabe señalar que en este tipo de establecimientos se tiene que adquirir un número determinado de prendas para obtener un precio bajo.

La información de precios de las 20 ciudades restantes está disponible en el Teléfono del Consumidor: 5568-8722 para la Ciudad de México y área metropolitana, o en el 01-800-468-8722, sin costo desde cualquier punto de la República Mexicana.

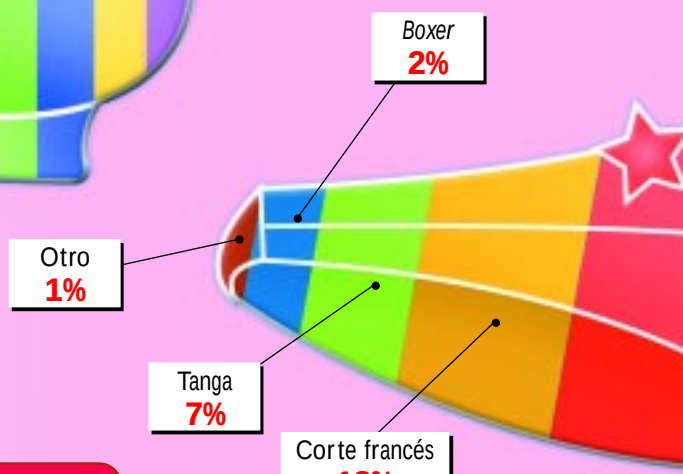
Fotografía Napoleón

Cómo compramos ropa íntima

Con el objetivo de identificar los hábitos de la mujer mexicana al comprar ropa interior, del 25 de noviembre al 6 de diciembre de 2002 Profeco realizó una encuesta a 2,588 mujeres en 5 ciudades. Los resultados tienen un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 2.5% (para Oaxaca y Ciudad de México), de 2.6% (para Tijuana y Monterrey) y de 2.7% (para Guadalajara).

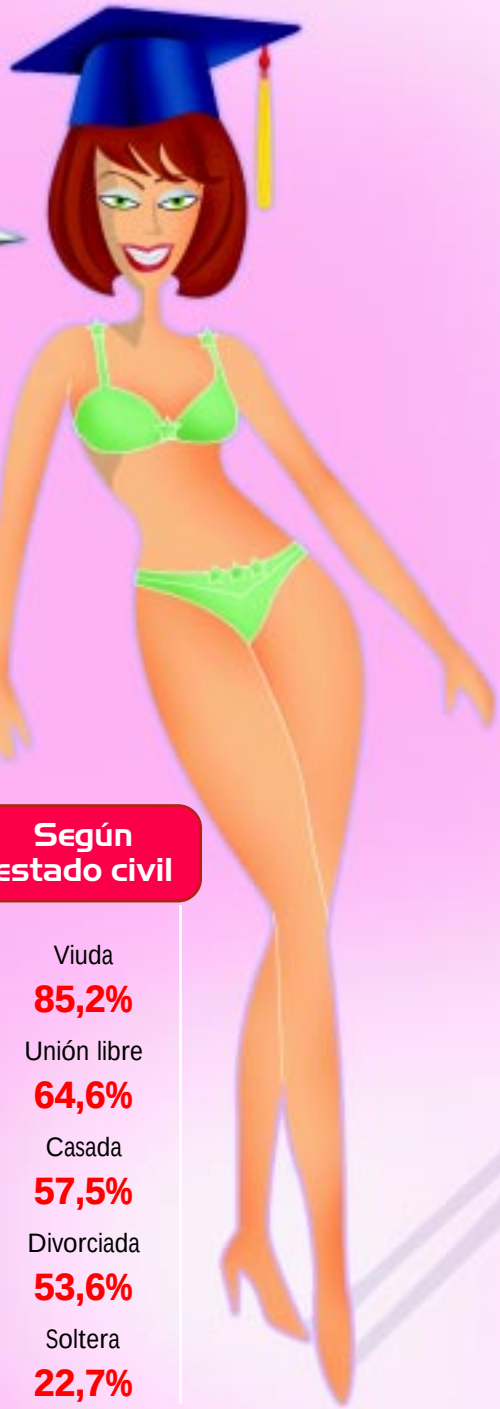


Estilos preferidos



Uso de pantaleta completa

- Mujeres de mayor edad, viudas y/o de menor nivel de ingresos prefieren usar pantaleta completa.
- Mujeres más jóvenes y solteras, con mayor nivel de estudios y de ingresos prefieren usar pantaletas más pequeñas.



Según nivel de educación

No estudió	95%
Primaria	82%
Secundaria	54%
Otros estudios	40%
Bachillerato	27%
Universidad	24%

Según nivel de ingresos

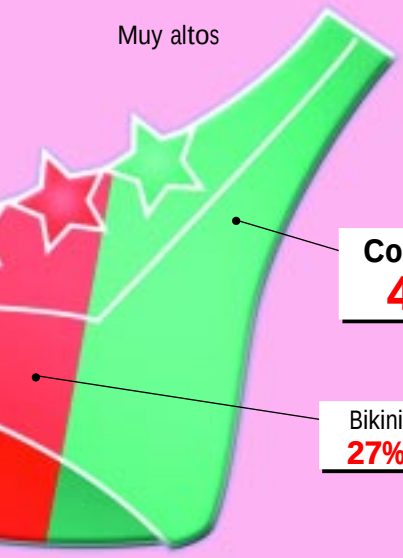
Muy bajos	61%
Bajos	51%
Medios	36%
Altos	27%
Muy altos	15%

Edad (años)

De 15 a 25	17,3%
De 26 a 35	34,5%
De 36 a 45	63,1%
De 46 a 55	74,3%
De 56 a 65	94,7%
De más de 65	98,9%

Según estado civil

Viuda	85,2%
Unión libre	64,6%
Casada	57,5%
Divorciada	53,6%
Soltera	22,7%



- El **68.7%** prefirieron comprar por separado el brasier y la pantaleta, en vez de comprarlos en coordinados.
- **50%** mencionaron como sus preferidas sólo dos marcas específicas de brasieres y pantaletas.
- La mayoría compran su ropa interior en tiendas de autoservicio y departamentales.
- Los factores principales para elegir el lugar de compra fueron el precio y la comodidad del establecimiento.

Infografía Mago • Fuente Dirección General de Análisis y Prácticas Comerciales, Profeco

La piel exhibida

Por Inés Marrón

Ilustración Víctor Gutiérrez

Es innegable que a la menor provocación (o sin ella) la publicidad se vale del sexo para vender. El pretexto es ideal si se trata de ropa íntima. ¿Esta publicidad es neutra, es sexista o francamente de mal gusto?

Desde que aparecieron los espectaculares de Wonderbra –hace casi una década–, la publicidad de la ropa interior femenina dio un giro sorprendente: frente a los conductores o transeúntes se desplegaban los magníficos senos de una giganta de divinas proporciones.

Por entonces, más de una buena conciencia puso el grito en el cielo (aunque difícilmente los ojos en otro lado). Algo se tenía que hacer con esos anuncios en los cuales Eva Herzigova –magnificada, amplificada hasta el delirio– le enseñaba al mundo de qué estaba hecha.

En términos generales, nada se hizo. Lo que sucedió fue una curiosa resurrección de viejas discusiones en torno al cuerpo femenino y a las mujeres como objetos sexuales. El debate fue olvidado más o menos con rapidez. No así los anuncios.

Después de esos primeros espectaculares que parecían un parteaguas publicitario, la ropa interior siguió anunciándose como de costumbre, hasta que llegó Vicky Form.

El doble sentido

Durante el 2002, la marca Vicky Form lanzó en la Ciudad de México y en revistas de circulación nacional una campaña que promocionaba su ropa interior de una forma que escandalizó todavía más que los anuncios de Wonderbra. Más que las imágenes que presentaban, fueron las palabras que las acompañaban lo que resultó una sorpresa: para unos desagradables, para otros divertidas, para unos más, sencillamente provocadoras.

Sobre un fondo rosa o púrpura, unas chicas modelaban ropa interior. Las modelos no eran *top*, no eran la Herzigova (pero, eso sí, todas ellas rubias) y no "enseñaban" mucho, sin embargo, algo en estos anuncios los hizo impresionantes.

Debido a que el doble sentido y el albur se consideran patrimonio nacional, los mensajes de Vicky Form causaron un escándalo que vale la pena analizar. La presentación poco "elegante" de los anuncios, así como las frases que los acompañaban, perlas del doble sentido, estaban dirigidas a un cierto público potencial: "Encaje, pero suavecito", "El tamaño sí importa", "Precaución, paradas continuas", etcétera. Veámoslo así: tenemos a una chica semidesnuda, de tamaño descomunal, usando únicamente un conjunto de encaje verde pistache, ojos fijos en la cámara, y un letrero a un lado que reza, precisamente, "Encaje, pero suavecito". Fuerte, ¿no?, porque es difícil que alguien con un poco de malicia pueda pasar por alto todas las sugerencias implícitas (en realidad francamente explícitas) en un anuncio semejante.

Por angas o por mangas, a tales anuncios se les aplicó una cruz de pintura negra. Las "censuras" eran tan homogéneas, tan bien puestas en lugares estratégicos (daba más curiosidad saber qué decían los anuncios), que hacían pensar en una campaña realmente bien planeada.

La respuesta a Vicky Form (la campaña desapareció casi al año, por cierto) fue una explosión de anuncios de ropa interior. Esto habla de que publicidad semejante fue, en mayor o menor medida, muy útil como herramienta publicitaria. Entonces aparecieron los anuncios de Skinny, otros de Wonderbra, y algunos más que pasaron desapercibidos.

El cuerpo deseable

Ahora bien: ¿está mal que existan anuncios así, dirigidos estrictamente a los instintos sexuales de la gente? ¿Es algo condenable? Si lo es, ¿desde qué perspectiva? La cuestión de género, por ejemplo, ha sido muy comentada por presentar a las mujeres como objeto sexual, como mercancía, expuestas "sus partes" para que las compre el gran público.

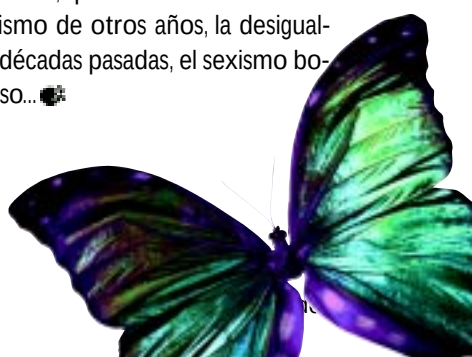
Curiosamente, en los anuncios de ropa interior para hombres está sucediendo algo similar: ahora la publicidad les dice a los hombres que si quieren pasar a ese plano, el de la exhibición, el campo está abierto para ellos.

Por lo demás, algunas mujeres en México (cada día más) tienen la capacidad para decidir qué quieren hacer con su cuerpo y cómo, por ejemplo, si quieren exhibirlo o sentirse deseadas, y tal vez se sientan identificadas plenamente con las chicas de Vicky Form o de Wonderbra.

Posiblemente usted, consumidora, no sienta realmente deseos de comprarse un brasier con varillas, o lencería de encaje. Sea como fuere, sin importar la ropa que prefiera, encontrará llamativas estas imágenes de tamaño descomunal. Y lo más seguro es que, si usted maneja, desacelere para sentirse ofendida, atraída, encantada, enojada, tentada, divertida ante esos anuncios... Con respecto a los caballeros, al parecer semejantes espectaculares suelen ser una delicia... Así, aunque a todos nos atraigan cosas distintas, es inevitable: a ambos sexos el cuerpo humano les llama poderosamente la atención por razones diversas.

Por último, existe un factor poco discutido en México y que tal vez valga la pena poner sobre la mesa: los anuncios espectaculares de ropa interior son un enorme distractor. En Inglaterra, en el 2002 se estableció que quienes pusieran un anuncio espectacular de ropa interior debían pedir permiso a las autoridades y éstas debían "tener en mente qué tanto podían distraer (los anuncios) a los conductores". Según se estableció, los anuncios semejantes son la causa de accidentes automovilísticos y de que los autos (conducidos por hombres o por mujeres) reduzcan considerablemente la velocidad al pasar frente a ellos.

¿Qué hacer, pues, frente a los espectaculares de ropa interior? ¿Cuál es la postura? ¿Qué debemos sentir? Estas preguntas no tienen una sola y directa respuesta. Se trata de los matices que corresponden a una sociedad que crece, que está aprendiendo, que está sacudiéndose el puritanismo de otros años, la desigualdad de décadas pasadas, el sexismo bochornoso...



Cremas y quesos

(queso crema, doble crema y *cottage*)

Ya sea como ingrediente principal o como complemento de las comidas, la crema y los quesos están presentes constantemente en nuestra cocina. Conozca las mejores marcas para obtener los más deliciosos platillos.

Queso crema, doble crema y *cottage*

Se dice que el queso data de los tiempos de los sumerios y que en el año 59 a.C. los soldados de Julio César lo llevaron a Francia. Hasta el siglo XIX, la producción de queso era una actividad rural cuyo desarrollo dio lugar a fábricas de creciente sofisticación que hoy en día son uno de los ejes de la industria que produce cada vez más variedad de quesos.

Hoy día es posible encontrar quesos de muy diversos métodos de procesamiento y elaboración, en los que se emplean desde técnicas primitivas hasta la más alta tecnología.

Independientemente del tipo o técnica de fabricación, una constante en los quesos ha sido su definición como producto derivado sólo de la leche. Es decir, el queso debe elaborarse únicamente con la grasa, proteína y demás componentes propios de la leche, sea ésta de vaca o de otras especies animales. Por ello, las normas de calidad establecen que cualquier alteración a la naturaleza láctea de un queso debe indicarse clara y notoriamente en su propia denominación.

No obstante lo anterior, en el presente estudio se encontraron un gran número de marcas de quesos que reemplazan la grasa de la leche con grasa vegetal sin dar indicación clara de ello en su denominación; de hecho, algunas lo ocultan del todo. Dicho de otra manera, estos productos se ostentan como quesos pero no lo son.

Los quesos crema, doble crema y *cottage* se consideran quesos frescos y se caracterizan por su alto contenido de humedad, sabor suave y consistencia, que va desde untable hasta rebanable; tienen un periodo de vida corto y requieren refrigeración.

La diferencia principal entre dichos quesos es su contenido de grasa. En general, los quesos crema tienen en promedio 32% de grasa; los doble crema 40%; y los *cottage* 4%. Como se señaló anteriormente, la grasa con que se elaboran debe ser de leche, lo que no cumplen la gran mayoría de los quesos doble crema evaluados en este estudio. También encontramos quesos que incluyen el término *light*, que no es aceptable dada la ausencia de una definición precisa de su significado.

Las pruebas

Para el presente estudio, el Laboratorio de Profeco analizó 12 marcas de quesos crema, 10 de quesos doble crema y dos de queso *cottage*. Aunque varios se comercializan en el ámbito nacional, todos los quesos analizados fueron comprados en diversos puntos de venta localizados en el Distrito Federal. Al adquirirlos se verificó que estuvieran dentro de la fecha de caducidad, en refrigeración y en empaques cerrados que no presentaran deterioro. Siempre que fue posible se analizaron al menos tres muestras de lotes diferentes. Las pruebas aplicadas fueron las siguientes:

Información al consumidor. Se verificó que la etiqueta indicara el tipo y contenido de grasa, el contenido de proteína y humedad, además de que incluyera datos como: contenido neto, denominación, marca, razón social, nombre y domicilio del fabricante o comercializador, lote y fecha de caducidad. También se evaluó que la información ostentada fuera veraz y no confundiera al consumidor.

Calidad sanitaria. Aunque es requisito que los quesos sean fabricados con leches pasteurizadas, no están exentos de contaminación durante su elaboración o posteriormente si no se manejan de forma adecuada. Por ello se verificó que los productos evaluados no presentaran indicadores de deterioro (hongos y levaduras), mal manejo sanitario o riesgos graves a la salud (gérmenes patógenos). Cabe señalar que aunque en el estudio no se encontraron problemas microbiológicos que representen un riesgo serio para la salud, algunos productos presentaron problemas de manejo sanitario y deterioro (ver tabla de resultados).

Normatividad para quesos

Para el presente estudio se tomaron como referencia las siguientes normas:

- Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios.
- NOM-051-SCFI-1994. Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados.
- NOM-121-SSA1-1994. Bienes y servicios. Quesos frescos, madurados y procesados. Especificaciones sanitarias.

Queso crema

Marca / País de origen / Presentación	Evaluación global de calidad	Veracidad de la información	Observaciones
Fiorelo Nestlé / México / 190 g **La Risueña** / México / 2 kg **Lyncott Neufchatel** / E. U. / 227 g **Noche Buena** / E. U. / 190 g **Mily** / E. U. / 190 g **Philadelphia original** / México / 190 g **Philadelphia untable** / México / 225 g **Philadelphia light** / México / 225 g	**100**	Cumple	
Chipilo / México / 200 g	**88**	No cumple	Tiene ligeras desviaciones en el contenido de grasa declarada.
La Esmeralda / E. U. / 227 g			Tiene desviaciones significativas en el contenido de proteína declarada.
Pauly / E. U. / 227 g			Tiene desviaciones significativas en el contenido de proteína declarada.
Los Volcanes / México / 225 g	**86**	No cumple	Tiene desviaciones significativas en el contenido de grasa declarada.

Queso doble crema

Palma Sola / México	**67**	No cumple	Se detectaron microorganismos indicadores de deterioro y ligeras desviaciones en el contenido de proteína declarada. No ostenta mínimo de grasa y máximo de humedad.

"Queso" doble crema*

Nor-Mex / México	**58**	No cumple	Presenta sólo grasa vegetal. Se detectaron desviaciones significativas en el contenido de proteína declarada.
Mariposa / México	**48**	No cumple	Presenta sólo grasa vegetal. Se detectaron desviaciones significativas en los contenidos de proteína y grasa declaradas.
La Mesa / México	**46**	No cumple	Presenta sólo grasa vegetal. Se detectaron microorganismos indicadores de deterioro.
Noche Buena / México			Presenta sólo grasa vegetal. Se detectaron microorganismos indicadores de deterioro.
Chilchota / México	**45**	No cumple	Presenta grasa vegetal. Se detectaron microorganismos indicadores de deterioro. No declara origen.
Franja / México / 400 g	**43**	No cumple	Presenta sólo grasa vegetal. Se detectaron microorganismos indicadores de deterioro y de mal manejo sanitario.
La Villita / México	**32**	No cumple	Presenta sólo grasa vegetal. Se detectaron microorganismos indicadores de deterioro y de mal manejo sanitario, así como desviaciones significativas en el contenido de proteína declarada.
El Torito / México	**20**	No cumple	Presenta sólo grasa vegetal. Se detectaron microorganismos indicadores de deterioro y desviaciones significativas en los contenidos de grasa y proteína declarados.
Mily / México	**18**	No cumple	Presenta sólo grasa vegetal y no la declara. Se detectaron microorganismos indicadores de deterioro y desviaciones significativas en el contenido de proteína declarada.

* Estos productos contienen grasa vegetal, por lo que utilizan indebidamente la denominación "queso".

Queso *cottage*

Los Volcanes / México / 350 g	**92**	No cumple	Tuvo ligeras desviaciones en la humedad declarada.
Lyncott / México / 380 g	**88**	No cumple	Tuvo desviaciones significativas en los contenidos de proteína declarada.

Composición. Se determinó el tipo y contenido de grasa, así como el contenido de proteína y humedad para verificar si cumplía con lo ofrecido en la etiqueta y, en su caso, con lo establecido en las normas de calidad. Como se mencionó anteriormente, en este rubro se encontraron fallas importantes. Varios productos no cumplieron con los contenidos de proteína o de humedad que muestran en su etiqueta, o no declaran la grasa vegetal que contienen, lo que representa una adulteración del producto.

Conclusiones y recomendaciones generales

- Aunque no se encontraron fallas que pongan en riesgo la salud, algunas de las muestras indicaron problemas en el manejo sanitario y conservación del producto.
- Sólo adquiera quesos que estén debidamente refrigerados. Revise la fecha de caducidad.
- Es importante leer la tabla de contenidos del producto para que adquiera el que tiene las características (como tipo y contenido de grasa) que usted desea.
- Compare precios. Los quesos con menos contenido de grasa de leche y más humedad deben ser más baratos.
- Recuerde que los quesos forman parte del grupo de alimentos que aportan grasa y proteínas, además de contener calcio y vitamina A.

Ficha técnica

Periodo de muestreo: Del 19 de diciembre de 2002 al 10 de enero de 2003.

Periodo de análisis: Del 6 de diciembre de 2002 al 31 de enero de 2003.

Número de marcas analizadas: 24.

Número de pruebas realizadas: Un total de 1,640 (68 por producto).

Cremas lácteas

Aunque en su versión original la crema es el producto que se obtiene al separar la grasa de la leche, en la actualidad es posible encontrar diversas presentaciones de este alimento.

De acuerdo con las normas de calidad, una crema debe contener al menos 30% de grasa de leche (o butírica), aunque también existen las llamadas medias cremas y cremas ligeras, que pueden contener 20% y 14% de dicha grasa, respectivamente. También hay cremas que reemplazan la grasa láctea por grasa vegetal, lo cual está permitido siempre y cuando el producto se denomine como crema con grasa vegetal. En este estudio le informamos cuáles son las marcas que no cumplen con este último requisito, lo que representa un engaño al consumidor.

Además de las cremas propiamente dichas, también hay cremas cultivadas o acidificadas, las cuales se diferencian entre sí porque la primera contiene cultivos de bacterias lácticas a cuya acción se sometió, y la acidificada contiene agentes acidulantes y puede o no contener bacterias lácticas.

Crema

Marca / País de origen / Presentación	Evaluación global de calidad	Tipo	Veracidad de la Información	Observaciones
Alpura 2000 / México / 250 ml / Ultrapasteurizada **Lyncott** / México / 500 g / Pasteurizada **Los Volcanes** / México / 500 ml / Pasteurizada **Orgánica del Rancho** / México / 200 g / Pasteurizada	100	Crema	Cumple	
Alpura / México / 450 ml / Pasteurizada **Aurrera** / México / 450 ml / Pasteurizada **Lala** / México / 450 ml / Pasteurizada **Los Volcanes** / México / 250 ml / Pasteurizada **Principado** / México / 450 ml / Pasteurizada		Crema acidificada	Cumple	
Esmeralda / México / 360 g / Pasteurizada		Crema cultivada	Cumple	
Chipilo Semiespesa / México / 510 g / Pasteurizada **Nestlé** / México / 225 g / Esterilizada		Media crema	Cumple	
Al Día / México / 200 ml	98	Crema acidificada	Cumple	No indica si es pasteurizada, ultrapasteurizada o esterilizada.
Chipilo Espesa / México / 475 g / Pasteurizada	89	Crema acidificada	No cumple	Se detectó producto con 5% menos del contenido neto declarado.
Eugenia / México / 475 g / Pasteurizada		Crema	No cumple	Presenta desviaciones significativas en el contenido de proteína declarada.
Yoplait / México / 200 ml / Pasteurizada		Crema acidificada	No cumple	Presenta desviaciones significativas en el contenido de proteína declarada.
Noche Buena lite / México / 500 g	83	Crema acidificada reducida en grasa	No cumple	Todas las muestras tuvieron 7% menos del contenido neto declarado. No indica si es pasteurizada, ultrapasteurizada o esterilizada ni indica su origen.
Aguascalientes / México / 480 g / Pasteurizada	78	Crema	Cumple	Presenta microorganismos indicadores de mal manejo sanitario.
Santa Clara / México / 1 litro / Pasteurizada			No cumple	Se detectó producto con 6% menos del contenido neto declarado y todas las muestras presentaron ligeras desviaciones en el contenido de grasa que ostenta.

Crema vegetal

Lupita / México / 1 kg / Pasteurizada	100	Media Crema vegetal y de leche	Cumple	
Gina / México / 1 kg / Espesa pasteurizada	98	Crema vegetal acidificada	Cumple	La etiqueta no indica ser reducida en grasa.
Rancherita / México / 900 ml / Pasteurizada	92	Crema vegetal ligera acidificada	Cumple	Declara ser crema y crema vegetal.
Camelia / México / 1 kg	90	Crema vegetal	Cumple	Contiene imágenes que inducen a ocultar su contenido de grasa vegetal y no indica si es pasteurizada, ultrapasteurizada o esterilizada.
Venecia / México / 1 kg / Pasteurizada			Cumple	No declara ser baja en grasa, contiene imágenes que inducen a ocultar su contenido de grasa vegetal.
Ilusión / México / 1 kg	87	Crema vegetal ligera	No cumple	Presenta desviaciones significativas en la proteína declarada. No indica si es pasteurizada, ultrapasteurizada o esterilizada.
Sello de Oro / México / 1 kg	72	Crema vegetal	Cumple	Presenta microorganismos indicadores de mal manejo sanitario. No declara ser reducida en grasa. Contiene imágenes que inducen a ocultar su contenido de grasa vegetal y no indica si es pasteurizada, ultrapasteurizada o esterilizada.

"Crema" de leche de vaca

Chilchota / México / 1 kg / Pasteurizada	59	Crema acidificada	No cumple	Contiene grasa vegetal. Tuvo desviaciones significativas en la proteína declarada.
Noche Buena / México / 200 g	50	Crema acidificada	No cumple	No declara que contiene grasa vegetal. Tuvo ligeras desviaciones en el contenido de grasa ostentada. No indica si es pasteurizada, ultrapasteurizada o esterilizada.

Las pruebas

Para realizar este estudio, el Laboratorio de Profeco analizó la calidad de 28 marcas de crema, todas comercializadas en el Distrito Federal y muchas de ellas en todo el país. Siempre que fue posible, de cada marca se analizaron al menos tres muestras de diferentes lotes. Los productos se adquirieron en diversos puntos de venta, verificando que estuvieran dentro de la fecha de caducidad, en refrigeración y en empaques cerrados que no presentaran deterioro. Las pruebas aplicadas fueron las siguientes:

Información al consumidor. Se verificó que la información en la etiqueta cumpliera con los requisitos que exige la normatividad, además de que fuera veraz y no confundiera al consumidor. En este rubro es importante resaltar que encontramos algunas cremas vegetales que usan imágenes en la etiqueta (una vaca) que inducen al consumidor a creer que la crema es de grasa animal, cuando en realidad contiene grasa vegetal. Además, en varias de las marcas evaluadas (10.7%) encontramos menor contenido neto del declarado. Estas faltas afectaron la evaluación de los productos.

Calidad sanitaria. A pesar de que las cremas son productos que por obligación deben ser sometidos a tratamientos térmicos como pasteurización, ultrapasteurización o esterilización, si su manejo posterior no es adecuado pueden presentar problemas sanitarios. El presente estudio incluyó pruebas microbiológicas con el fin de verificar que los productos no representaran riesgos sanitarios. Como se señala en la tabla de resultados, aunque algunas de las muestras contenían microorganismos indicadores de un deficiente manejo sanitario (como los del grupo coliforme), ninguna presentó problemas que pudieran poner en riesgo la salud.

Composición. Se cuantificó la proporción de proteína y grasa, verificando que correspondiera con lo declarado en la etiqueta y con lo que establecen las normas de calidad para cada tipo de crema. En cremas acidificadas se midió que su acidez no fuera menor a 0,5% expresada como ácido láctico. Es importante resaltar que se detectaron productos con importantes fallas en la veracidad de la información. Varias cremas no cumplieron con los contenidos de grasa o de proteína declarados. Encontramos también productos que se ostentan indebidamente como cremas de leche pero contienen grasa vegetal, llegando algunas incluso a omitir este dato en su lista de ingredientes.

Ficha técnica

Periodo de muestreo: Del 11 de noviembre al 19 de diciembre de 2002.

Periodo de análisis: Del 11 de noviembre de 2002 al 31 de enero de 2003.

Número de marcas analizadas: 28.

Número de pruebas realizadas: un total de 1,909 (68 por producto).

Normatividad para cremas

Para el presente estudio se tomaron como referencia las siguientes normas:

- Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios.
- NOM-051-SCFI-1994. Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados.

Conclusiones y recomendaciones generales

- Ninguna de las cremas analizadas presentó problemas que pongan en riesgo la salud, pero algunas de las muestras indicaron problemas en el manejo sanitario.
- Al comprar crema fresca asegúrese de que se encuentre debidamente refrigerada y revise la fecha de caducidad.
- Hay diversos tipos de cremas cuyo contenido y origen de la grasa varían. Revise este dato en la tabla de contenidos.
- Verifique que en la etiqueta se indique cuál es la especie animal de la cual procede la leche.
- No olvide que la crema no sustituye a la leche como alimento, ya que contiene poca lactosa y proteína.
- Compare precios. El costo de estos productos se relaciona con el contenido de la grasa de leche que contienen. Las que contienen grasa vegetal por lo regular son más baratas.
- Para su conservación, la crema siempre debe mantenerse en refrigeración.
- Retire del refrigerador sólo la cantidad de crema que va a consumir, recuerde que los cambios de temperatura pueden deteriorar el producto.

Si requiere más información sobre estos estudios, comuníquese a nuestro Laboratorio de Pruebas al teléfono 5544-2060 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar los estudios de calidad en Internet en la página www.profeco.gob.mx

Fotografías Napoleón

QUESO TI

Rendimiento: 500 g Tiempo de preparación: 2 horas

Ingredientes

- 5 litros de leche
- 1/2 taza de crema
- 1 taza de leche en polvo
- 1.5 ml de cloruro de calcio o 1 cucharada sopera de cloruro de calcio*
- 2 ml de cuajo líquido "fuerza 1/10 mil" o pastillas de cuajo (en este caso se seguirán las instrucciones del empaque)*
- 1/2 taza de agua (120 ml)
- sal al gusto

* Se consigue en tiendas de materias primas para alimentos o en farmacias grandes.

Utensilios

- olla con capacidad mínima de 6 litros
- pala de madera o cuchara grande de acero inoxidable
- taza, de preferencia medidora
- recipiente de plástico con capacidad de 6 litros
- cuchillo grande
- 2 tramos de manta de cielo, de 40 x 40 cm
- recipiente de plástico con tapa de cierre hermético, con capacidad de 2 litros
- etiqueta adherible

PO CREMA

Procedimiento

1. Ponga la leche a fuego medio en la olla, añada la crema y la leche en polvo a la leche cuando esté tibia y mezcle con la pala hasta integrar los ingredientes.

2. Mientras está la leche al fuego, disuelva en 1/4 de taza de agua el cloruro de calcio y agréguelo a la leche hasta incorporarlo, después retírela del fuego y vacíela al recipiente plástico de 6 litros.

Mexicanos de corazón

Los quesos mexicanos por lo general son frescos, blandos o semiduros; sus principales creaciones con identidad particular son el queso corazón de mantequilla, de Villaflores; el de Ocosingo, en Chiapas; el ahumado de La Joya, en Veracruz; el tipo camembert y el de cabra con ceniza de Guanajuato; el adobera de Jalisco; el panela de Atlixco; y el tipo reblochón, de la Finca Nolasco, en Puebla.

Mención aparte merecen el queso Oaxaca, que le da nombre y sustancia a uno de los antojitos de mayor abolengo en la gastronomía popular: la quesadilla; al igual que el queso Chihuahua o menonita (denominado así porque las comunidades menonitas de ese estado lo producían tradicionalmente), que se distingue por ser el único queso mexicano de color amarillo cuya consistencia semisuave lo hace ideal para cocinarse a la parrilla.

Fuentes www.reforma.com/comer/ • "Quesos mexicanos", por Jack Schwartz, www.mexico.com/lapalabra/

3. En el otro 1/4 de taza de agua diluya el cuajo y poco a poco incorpórelo a la leche moviendo constantemente; deje reposar hasta que se forme la cuajada.

El queso

•El queso es un derivado de la leche (generalmente de vaca, cabra u oveja), que se extrae a partir de la coagulación de las proteínas (caseína, albúmina y globulina) de ésta; para ello se utilizan enzimas (renina) o ácidos que a su vez consiguen la separación del suero.

•Los quesos contienen nutrimentos importantes, la concentración aproximada de éstos es:

proteína 15-30%
grasas 11-30%
carbohidratos 0.5-8%

•Debido a su gran aporte proteico, es recomendable su consumo, como botana, plato fuerte, para complementar ensaladas, en emparedados, en bocadillos, en postres, etcétera.

•El queso crema es un queso fresco debido a que no se deja madurar y en su proceso de producción se le añaden aditivos para darle su consistencia untuosa característica.

•La cuajada que se obtiene después de la coagulación de las proteínas se somete a presión para terminar de separar el suero que haya quedado; con esta pasta o masa se pueden elaborar quesos frescos, o bien, permitir su maduración.

•La consistencia del queso dependerá de la cantidad de humedad que contenga: entre menos agua tenga más dura resultará al final su consistencia.

•El queso es un producto rico en proteínas y grasa, esto provoca que se descomponga fácilmente o se contamine con microorganismos, disminuyendo su tiempo de almacenamiento.

Queso tipo cren

Metamorfosis de la leche

Vale la pena saber que:

• El queso no siempre es un alimento con una elevada cantidad de grasa, debido a que es la proteína de la leche que se coagula: aun sin tener casi nada de grasa sigue siendo queso.

• Los quesos tienen un porcentaje de humedad determinado y lo demás se denomina extracto seco: el contenido de grasa que aparece en la etiqueta del producto se calcula con respecto a ese extracto y no a la totalidad del producto.

• La mayor concentración de vitaminas del grupo B se encuentra en los llamados quesos azules, como el cabrales o el roquefort.

• Los quesos más ricos en calcio, fósforo y otros minerales son el manchego, el parmesano y el mahón.

• ¿Cuidando la figura? Elija quesos frescos (los más bajos en calorías): 100 g contienen 100 calorías; en los blandos esa cantidad de calorías sube a 283, y en los curados a 368.

• El queso es mucho más digerible que la leche porque ha desaparecido gran parte de la lactina mediante el proceso de desuero y las proteínas son predigeridas.

Fuente www.apicius.es/tecnicas/queso/

4. Después corte la cuajada con ayuda del cuchillo, pasando el filo a lo largo y ancho para formar cuadritos de un cm^2 aproximadamente; coloque la manta de cielo sobre la boca de la olla y haga pasar la cuajada para separar el suero.

5. Tome la manta de cielo de los extremos y forme un saco; enseguida comprima bien para separar el resto del suero y después vacíe la cuajada al recipiente de 2 litros, añada sal y con las manos limpias amase hasta formar una pasta uniforme y fina que será el queso.

Cómo comprarlos

• Los quesos requieren de temperaturas bajas, es decir, deben permanecer en refrigeración (5-10º C), pues de lo contrario caducan rápidamente.

• Revisar la fecha de caducidad en el empaque le permitirá conocer su frescura y el tiempo disponible para consumirlo.

• Lea la etiqueta para conocer los ingredientes que se emplearon en su elaboración, así sabrá si incluye grasa animal o vegetal (en cuyo caso no debe llamarse queso) y de qué otros nutrimentos está compuesto.

• Compruebe que tenga buena apariencia, que el color, olor y sabor sean propios del producto, que dentro del empaque no contenga agua suelta y que no presente materia extraña.

• Al adquirir quesos a granel, verifique que los instrumentos que se usan para despacharlo estén limpios, así como el lugar donde lo va a adquirir.

6. En la boca del recipiente hermético extienda la tela y vacíe encima el queso, enseguida comprímalo bien y tápelo con los extremos libres de la tela, déjelo reposar a lo largo de 10 minutos.

Envasado y conservación

Retire la manta del queso y colóquelo nuevamente dentro del recipiente para conservarlo cerrado y en refrigeración. Coloque la etiqueta con el nombre del producto, la fecha de elaboración y la de caducidad; en estas condiciones el queso conservará su frescura hasta por 15 días.

Oh la la, quesos franceses

Si de algo están orgullosos los franceses es de tener más variedades de queso que días del año: en Francia se fabrican más de 400 tipos.

En francés "queso" se dice *fromage* y se cree que esta palabra se deriva del griego *formos* "cesto" y del latín *forma* "la forma", es decir, "forma de cesto", seguramente porque la cuajada se dejaba reposar en cestos de mimbre, barro o madera y el producto final adquiría la forma del recipiente.

La elaboración de quesos en Francia fue por siglos una labor artesanal, sin embargo, la industria actual le ha agregado las más elevadas condiciones de salubridad y control de calidad sin quitarle una pizca de tradición. Desde 1996 hay 33 quesos franceses que ostentan la *Appellation d'Origine Contrôlée* (denominación de origen), que garantiza al consumidor que el producto es genuino y procede del área geográfica que le dio origen, lo cual además beneficia a la población rural que lo produce.

Cómo conservarlos

- Déjelos en su empaque original hasta abrirlos, después guárdelos dentro de un recipiente de plástico de cierre hermético, esto le ayudará a evitar que pierdan humedad, que se contaminen y absorban olores de otros alimentos.
- Después de su compra, se recomienda no mantenerlos en refrigeración más de dos semanas, de esta manera usted aprovechará su frescura y la calidad de sus nutrimentos.
- Si observa moho en la superficie de un queso, deséchelo.
- Tenga en cuenta lo siguiente:
  - Los quesos frescos son de corta duración y se pueden refrigerar de 1 a 3 semanas.
  - Los maduros y los secos no necesitan refrigeración, basta con mantenerlos en un lugar fresco, sin embargo, nunca está de más refrigerarlos.

Alimento milenario

- El origen de los quesos se remonta a miles de años atrás: hay evidencias de que desde el Neolítico (10 mil años a. de C.), el hombre primitivo guardaba la leche cuajada (obtenida por escurrimiento o por ebullición de leche vieja o agria) en pequeños cestos de madera.
- Mesopotamia fue el escenario del primer "cuajamiento accidental" –una etapa en la que aún no se puede hablar de queso propiamente–: en aquel lugar se hacían vasijas de barro para colocar la leche, la cual bajo el efecto del calor se cortaba, separándose en una fase líquida y otra sólida. A raíz de ello se les ocurrió hacer vasijas con pequeños hoyos: así aparecieron las primeras encellas (moldes para hacer queso y requesón).
- Griegos y romanos descubrieron el efecto coagulante del cuajo (un tipo de plantas, o bien, jugos estomacales de determinados animales) y así se inició la preparación de quesos que exigían cierta técnica: los quesos de cuajo, sistema de producción artesanal que se heredaba de padres a hijos.
- Las invasiones celtas y arias que se verificaron en diversos puntos del territorio europeo permitieron extender el consumo y la fabricación de queso a países que luego se convertirían en verdaderas "autoridades" en la producción de este alimento: Francia, Italia, España y Holanda, por mencionar sólo algunos.
- A través de los conquistadores españoles, quienes introdujeron al Nuevo Mundo especies animales como vacas, ovejas y cabras, el queso llegó hasta nosotros. Los monjes, aquejados por la nostalgia, se encargaron de enseñar a los indígenas los métodos de elaboración de ese alimento que en cada bocado les traía gratos recuerdos del lejano terruño.

Fuentes www.boimorto.org/es/queixo.shtml
• www.laguia.com.ve/informativas/gastronomia/

Festeje a los niños

Hamburguesa

de pollo con espinacas y ensalada de col

Sorprenda gratamente a los niños con hamburguesas sabrosas, nutritivas y preparadas en casa

APORTE NUTRIMENTAL DEL PLATILLO SABIO PROFECO

Cada hamburguesa con una porción de ensalada proporciona unas 684 kilocalorías, 29 gramos de proteínas, 29 gramos de grasa, 126 miligramos de colesterol y 5 gramos de fibra dietética, lo cual, sumado al aporte nutrimental del agua de fruta y un postre sin grasa, representa una comida saludable y bien balanceada.

LA COL

Es una de las hortalizas con más vitamina C. También posee beta-carotenos y algunas sustancias que protegen contra el cáncer.

La fermentación permite conservarla con todos sus nutrimentos y la enriquece con aminoácidos y vitaminas, esto mejora la digestión y la absorción de nutrimentos.

LA ZANAHORIA

Contiene azúcares, es una fuente rica en carotenos, y aporta minerales como yodo y potasio. Proporciona una buena cantidad de fibra dietética, tiene un efecto favorable sobre la vista y sobre la prevención del cáncer.

Se recomienda consumirla con cáscara, lavándola muy bien. En puré es buena para los bebés con diarrea.

POR QUÉ LLORA LA CEBOLLA

Cuando se rebana una cebolla se libera un compuesto que al llegar al ojo se disuelve en la lágrima de la conjuntiva transformándose en ácido sulfuroso. Para no llorar desfleme la cebolla cruda en una solución de agua con sal, vinagre o limón. La cebolla es muy rica en compuestos azufrados, mismos que le confieren el característico sabor picante.

LA ESPINACA

Es rica en betacarotenos, vitamina C, ácido fólico, hierro, fósforo y fibra dietética. La vitamina A aumenta la agudeza visual en condiciones de baja iluminación, su deficiencia provoca ceguera nocturna y está relacionada con una menor incidencia de ceguera entre los ancianos. Se le atribuyen factores anticancerígenos.

Las hojas frescas bien lavadas estimulan poderosamente la secreción de ácidos gástricos, por ello, deben evitarlas crudas quienes padezcan gastritis. Puede cocerse en poca agua o al vapor por tres minutos como máximo, para que pierda menos nutrimentos.

LA LECHUGA

Las hojas externas tienen más betacarotenos y fibra. La *romana* contiene cantidades apreciables de ácido fólico, vitamina que previene las anemias. Se consume cruda, pero puede añadirse a las sopas al final de la cocción. Una buena porción de hojas frescas disminuye la ansiedad e induce el sueño.

EL JITOMATE

Entre más rojo contiene mayor cantidad de carotenos, también es fuente de vitamina C. Para aprovechar la fibra y otros nutrientes conviene no retirarle la piel .

QUÉ BUENO ES EL PAN

Aporta energía y proteínas. Elaborado con harinas integrales contiene más fibra dietética, vitaminas del complejo B, minerales como el hierro y una mayor cantidad de proteínas y grasa.

En los panes industriales se restituyen nutrimentos y se adicionan otros como el zinc. Si están recubiertos con semillas de ajonjolí se les añade un aporte nutrimental importante.

COMER HAMBURGUESAS PUEDE SER SANO

Se cree que las comidas rápidas (hamburguesas, pizzas, tortas o tacos) no son convenientes desde el punto de vista nutricional. Sin embargo, incluyen una combinación de alimentos como cereales, carnes y vegetales en diversas proporciones, por lo que se podría decir que cumplen con una de las características de una alimentación correcta. El problema de las hamburguesas comerciales es que se utiliza grasa en exceso, lo que provoca sobrepeso u obesidad.

PICANTE PERO SABROSO

El chile aporta mucha vitamina C, además de potasio y calcio. Puede ser irritante al estómago. La capsicina que hay en las venas es la que produce picor: al retirarlas disminuye.

(6 raciones)

HAMBURGUESA

EL POLLO

Proporciona proteínas de alta calidad y fácil digestión, y un buen aporte de vitamina A que fortalece el sistema inmunológico.

trozo de cebolla (65 g)

+

3 ramas de cilantro (10 g)

+

1/2 manojo de espinacas (140 g)

+

1/2 kg carne molida de pollo

Lavar y desinfectar

+

1 huevo

3/4 de taza de pan molido (90 g)

1/4 de taza de leche (opcional)

+

tomillo, ajo, sal y pimienta al gusto

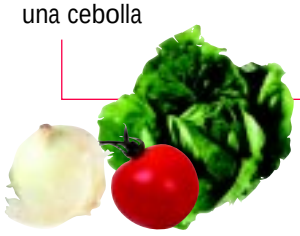
escurrir sobre papel absorbente

+

6 hojas de lechuga
un jitomate y
una cebolla

voltear hasta que la orilla esté dorándose

1/4 de taza de aceite



lavar y desinfectar

+

6 panes para hamburguesa grandes (420 g)

¿Dónde está el colesterol?

La grasa del pollo no solamente está en la piel, sino también en su carne. Las piezas más grasosas del pollo son las alitas, le siguen los muslos y luego las piernas. La carne más magra (con la menor cantidad de grasa) es la pechuga.

La **catsup** comercial tiene un alto contenido de sodio (sal) y de azúcar, por eso se debe consumir con moderación.

ENSALADA DULCE DE COL (6 raciones)

lavar y desinfectar

3 tazas de col (420 g)

una zanahoria grande (125 g) lavada y desinfectada

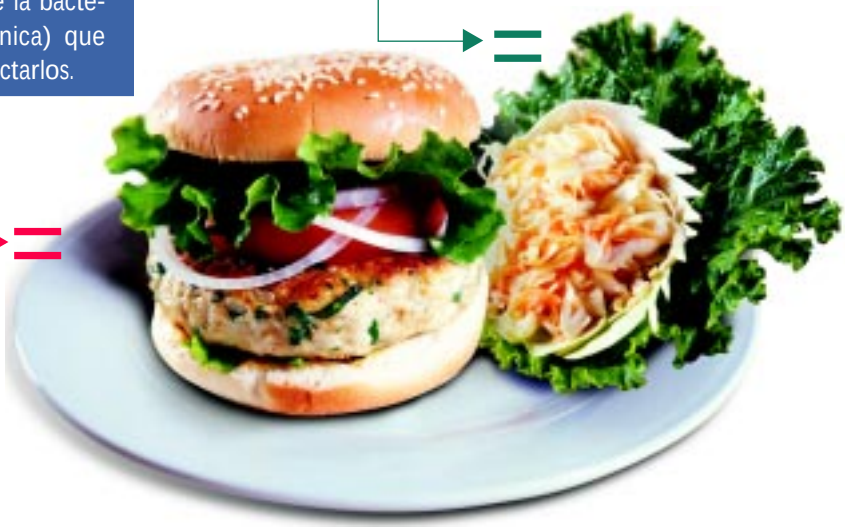
1/2 taza de yogurt natural semidescremado

3 cucharadas de miel

sal y pimienta

espolvorear con harina de trigo

3 cucharadas de mayonesa, 3 de mostaza, 6 de catsup, 6 rajas de jalapeños en escabeche



CALORÍAS SOFOCANTES

Una hamburguesa con papas fritas, refresco y helado o pay representa el consumo de más del doble de calo-rias que las proporcionadas por el Platillo sabio Profeco.

Se cree que los betacarotenos (vitamina A) de las verduras ayudan a disminuir el riesgo de padecer algunos tipos de cáncer.

Sin agregar un solo gramo de sal a los platillos, el cuerpo recibe a través de los alimentos naturales todo el sodio que requiere.

Si sustituye la crema ácida o mayonesa por **yogurt** natural eliminará una buena cantidad de grasa saturada de su dieta.

Evite dar miel a niños menores de un año, ya que puede contener pequeñas cantidades de una toxina (de la bacteria botulínica) que llega a afectarlos.

Aporte nutrimental por hamburguesa:
Kilocalorías 635
Proteínas 27 g
Grasa 29 g
Colesterol 125 mg
Fibra dietética 3 g

Aporte nutrimental de una ración de ensalada:
Kilocalorías 49
Proteínas 2 g
Grasa 0.4 g
Colesterol 1 mg
Fibra dietética 2 g

Fuentes Unidad de Orientación Alimentaria, Profeco • Departamento de Educación Nutricional, Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán.

Porque los buenos hábitos alimenticios empiezan por el hogar, le presentamos un resumen de la Encuesta Nacional de Nutrición 1999, documento de 320 páginas que da un panorama del preocupante estado nutricional de los niños en México.

Retrato de la nutrición infantil

En 1988 varias instituciones del gobierno de nuestro país unieron sus esfuerzos para realizar la primera Encuesta Nacional de Nutrición (ENN-1988), que permitió conocer por primera vez la situación nutricional de los niños mexicanos a nivel nacional, tanto en zonas urbanas como rurales. Los resultados de aquella encuesta permitieron conocer la magnitud de los problemas de mala nutrición que afectan a nuestros niños, y que se dan no sólo por deficiencia de nutrimentos, sino también por su exceso.

Los índices de desnutrición y de sobrepeso encontrados en la encuesta fueron tan altos que diez años después se decidió realizar otra semejante para ver si la situación había mejorado y en qué punto de este problema nos encontramos.

Cómo se realizó la encuesta

La población estudiada se dividió en menores de 5 años y en niños en edad escolar (de 5 a 11 años). La encuesta también consideró a mujeres en edad reproductiva (entre 12 y 49 años), pero aquí sólo le informamos los datos correspondientes a los niños.

Si bien la encuesta se llevó a cabo de octubre de 1998 a marzo de 1999, sus resultados sólo estuvieron disponibles dos años después, y son representativos de lo que sucede en todo el país. El territorio nacional se dividió en cuatro regiones: Norte, Centro, Ciudad de México (incluye los municipios conurbados del estado de México) y Sur.

Resultados

Menores de 5 años

- La desnutrición continúa siendo un importante problema de salud pública. En particular, el retardo en el crecimiento (estatura del niño) es alto. Este problema se agudiza en el segundo año de vida y se mantiene después de este periodo, lo que demuestra la importancia de los dos primeros años de vida en el origen de la desnutrición.
- El retardo en el crecimiento es diferente entre regiones y entre zonas urbanas y rurales. Por ejemplo, en el norte urbano, en general la estatura de los niños es cercana a la de los infantes de países desarrollados. En cambio, en las zonas más pobres, como el sur rural, el retardo en el cre-

cimiento se encuentra entre los más altos en América Latina. Esto confirma la estrecha relación entre pobreza y desnutrición.

- Otro problema es la anemia. A diferencia del retardo en el crecimiento y el bajo peso, la anemia tiene un comportamiento relativamente uniforme entre las diversas regiones y entre zonas urbanas y rurales.
- Los datos obtenidos sugieren que los niños mexicanos no obtienen de los alimentos la cantidad de energía suficiente; esta deficiencia es de alrededor del 25%.
- Los niños consumen muy pocos alimentos que contienen zinc, vitamina A y hierro.
- Con respecto a proteínas y vitamina C, existen consumos adecuados o por arriba de las recomendaciones. Sin embargo, en pruebas de laboratorio se encontró que los niños tienen deficiencias importantes de esta vitamina, así como de la vitamina E.

Lo que urge que consuman los niños

Zinc: Se encuentra en carne, huevos, hígado, pescados, legumbres, frutos secos, margarinas, leche y cereales completos.

Hierro: Contenido en carnes rojas, hígado y verduras diversas (espinacas, berros, etc.).

Vitamina A: Vegetales de hojas verdes, frutas, verduras amarillas, hígado, leche, queso, mantequilla, huevos.

Vitamina E: En germen de trigo, cacahuates, margarina, frutos secos crudos, huevos, mantequilla, hígado, papas, vegetales diversos.

Ácido fólico: Espinacas, vegetales verdes, hígado, riñón, nueces y cereales completos.

Fuente *Diccionario de Medicina Océano Mosby.* Barcelona, Océano Grupo Editorial, S.A., 2001.

- Aunque entre los niños de esa edad el sobrepeso y obesidad aún no son alarmantes, para prevenir este problema es necesario que los pequeños consuman una dieta balanceada.

Menores en edad escolar

- Uno de cada cinco niños tiene sobrepeso u obesidad, lo que es más frecuente en las zonas urbanas.
- También existe anemia en este grupo.
- Se encontró que los niños consumen pocas vitaminas A y zinc, y que hay deficiencias importantes de hierro, vitamina E, vitamina C y, en menor medida, de ácido fólico (aunque hay consumos adecuados o elevados de ácido fólico, así como de proteínas).
- Es necesario que los niños tengan actividades físicas y buenos hábitos de alimentación para la prevención de la obesidad y la anemia.

Glosario

Nutrición. Es el proceso a través del cual el organismo obtiene de los alimentos la energía y los nutrimentos necesarios para el sostenimiento de las funciones vitales y de la salud. La nutrición es considerada como uno de los principales determinantes en el proceso salud-enfermedad.

Mala nutrición. Es la ingestión inadecuada de alimentos en cantidad y calidad, así como cualquier defecto en el funcionamiento de los componentes que forman parte del proceso nutricional.

La mala nutrición que resulta del consumo excesivo de alimentos en general, y de carbohidratos y grasas en particular, conduce al sobrepeso o la obesidad, que son factores de riesgo para varias enfermedades como hipertensión arterial, diabetes y algunos tipos de cáncer.

Desnutrición. Resulta del consumo deficiente de alimentos o nutrimentos, y tiene sus raíces en la pobreza y en la falta de servicios sanitarios y de salud efectivos y equitativos.

La desnutrición provoca defectos en funciones como el crecimiento, el desarrollo y la respuesta inmunológica a las enfermedades, sobre todo infecciosas y parasitarias, con mayor riesgo de enfermedad y muerte y con efectos adversos a largo plazo que pueden tener repercusiones en la salud y supervivencia de la siguiente generación.

Conclusión

A pesar de lo poco alentador que resulta este panorama, la buena noticia es que esta encuesta permitirá al gobierno replantear estrategias, políticas y programas de alimentación y nutrición a la luz de la realidad.

También es fundamental que los padres de familia velen por la buena nutrición de sus hijos. Solicite el consejo de su pediatra.

Fotografía Napoleón

Fuente *Encuesta Nacional de Nutrición 1999.* México, Instituto Nacional de Salud Pública, 2001.

Compra de mascotas

Por Leonardo Huerta Mendoza

Cuando se compra una mascota se adquiere también una gran responsabilidad que puede durar muchos años. ¿Está usted preparado? ¿Conoce la procedencia del animalito? ¿Sabe qué puede exigir y qué no? Piénselo bien antes de embarcarse en esa aventura.

En años recientes, alrededor de las mascotas se ha creado una industria que lo mismo vende alimentos para perros y gatos que correas, collares, placas de identificación, suéteres, gorras, moños, servicios de psicólogos y médicos veterinarios, hoteles de lujo... Entre los animales preferidos destacan perros y gatos, pero también conejos, tortugas, hurones, peces, ratones, hámsters, periquitos australianos e incluso culebras y tarántulas, así como animales en peligro de extinción.

La responsabilidad

Antes de adquirir una mascota, un perro, por ejemplo, el compromiso de darle un buen trato, de tenerlo bien alimentado, y de mantenerlo en buen estado de salud mediante la medicina preventiva (vacunas, desparasitaciones) es, por los menos, de 15 años.

Un compromiso equivalente se adquiere con cualquier otro tipo de mascota, sea ésta un gato, un pájaro o un animal exótico.

A los niños les gustan las mascotas, es cierto, pero antes de que papá o mamá acceda a comprar una, es necesario que el niño o el adulto interesado en poseer un animal responda algunas preguntas básicas:

- ¿Me gustan los animales?
- ¿Físicamente soy capaz de cuidar a una mascota?
- ¿Tengo en mi hogar el espacio mínimo que requiere la mascota que deseo adquirir?
- ¿Seré capaz de adaptarme a las nuevas responsabilidades que significa tener una mascota?

Si el niño o usted contestaron afirmativamente a las cuatro preguntas, entonces son buenos candidatos a tener un animal de compañía. Sin embargo, no olvide que la relación que se establece con los diferentes animales es distinta. Entre el perro y el ser humano hay una gran empatía, pero con un gato la relación es diferente debido al profundo sentido de independencia de estos felinos.

Respecto de otros animales, como culebras, peces, ranas, iguanas o incluso los pájaros, nunca podrá haber una verdadera interrelación entre amo y mascota, y la razón es sencilla: de acuerdo con los biólogos, la capacidad de dar y recibir amor es una de las manifestaciones de la inteligencia, que tienen bastante desarrollada los mamíferos en general, pero no otros grupos de animales.

La mascota apropiada

Antes de elegir, debemos preguntarnos qué esperamos de una mascota. Si queremos interrelacionarnos con ella entonces busquemos una con determinadas características. Pero si queremos un ser vivo que adorne un poco nuestro ambiente y con el que podamos jugar un rato y regresarlo a su hábitat, hay di-

Declaración universal de los derechos del animal

El 23 de septiembre de 1977, durante la tercera reunión sobre los derechos del animal, celebrada en Londres, la Liga Internacional de los Derechos del Animal y las Ligas Nacionales afiliadas adoptaron la Declaración universal de los derechos del animal y la proclamaron el 15 de octubre de 1978. Más tarde fue aprobada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), y después por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

La ley, que consta de 17 artículos, después de algunas consideraciones sobre los derechos de los animales y sobre cómo el desconocimiento y desprecio de estos derechos ha conducido al ser humano a cometer crímenes contra la naturaleza y contra los animales, proclama lo siguiente en varios de sus artículos:

Artículo 2. *a*) Todo animal tiene derecho al respeto. *b*) El hombre, en tanto que especie animal (no olvidemos que, de acuerdo con los biólogos, el origen y la naturaleza del hombre es animal) no puede atribuirse el derecho de exterminar a los otros animales o de explotarlos violando ese derecho. Tiene la obligación de poner sus conocimientos al servicio de los animales. *c*) Todos los animales tienen derecho a la atención, a los cuidados y a la protección del hombre.

Artículo 3. *a*) Ningún animal será sometido a malos tratos ni actos crueles. *b*) Si es necesaria la muerte de un animal, ésta debe ser instantánea, indolora y no generadora de angustia.

Artículo 5. *a*) Todo animal perteneciente a una especie que viva tradicionalmente en el entorno del hombre, tiene derecho a vivir y crecer al ritmo y en las condiciones de vida y de libertad que sean propias de su especie. *b*) Toda modificación de dicho ritmo o dichas condiciones, que fuera impuesta por el hombre con fines mercantiles, es contraria a dicho derecho.

Artículo 12. *a*) Todo acto que implique la muerte de un gran número de animales salvajes es un genocidio, es decir, un crimen contra la especie.

Artículo 13. Todo animal muerto "debe ser tratado con respeto", y las escenas de violencia en el cine y la televisión, en las cuales los animales son víctimas "deben ser prohibidas...".

Los derechos de los animales en el D.F.

A partir del año 2002, en la Ciudad de México los animales están protegidos por la Ley de Protección a los Animales del Distrito Federal. Para los fines de la presente investigación, entre sus artículos destaca el 5°, que en su fracción V establece que "todo animal perteneciente a una especie que viva tradicionalmente en el entorno del ser humano, tiene derecho a vivir y a crecer al ritmo y en condiciones de vida y de libertad que sean propias de su especie; VI. Todo animal que el ser humano ha escogido como de su compañía tiene derecho a que la duración de su vida sea conforme a su longevidad natural (...) VIII. Todo acto que implique la muerte innecesaria de un animal es un crimen contra la vida...".

Para consultar esta ley en su totalidad, visite la siguiente página de Internet: www.paot.df.gob.mx/marjuridico/ley_protecanim/leyprotecanim.html, o solícitela al gobierno del Distrito Federal.

También es importante conocer la Norma Oficial Mexicana *NOM-051-ZOO-1995. Trato humanitario en la movilización de animales*, que puede consultar en: www.qro.sagarpa.gob.mx/Normas_oficiales/Catalogo_de_normas/NOM_ZOO/051zoo.htm; así como la Norma Oficial Mexicana *NOM-033-ZOO-1995. Sacrificio humanitario de los animales domésticos y silvestres*, en www.qro.sagarpa.gob.mx/Normas_oficiales/Catalogo_de_normas/NOM_ZOO/033-zoo.htm

versas especies apropiadas. En este sentido, para mucha gente su periquito australiano o su hámster satisface esta necesidad de relación.

Una persona muy ocupada quizá sólo necesite llegar a su casa, acercarse a su pecera y alimentar a sus peces mientras los observa nadar. Todo esto puede proporcionarle cierta paz interior, que lo deje satisfecho. Pero quizá haya quien necesite el maullido y las caricias de un gato, o el ladrido y los mimos de su perro, así como el placer de sacarlo a pasear.

Cuidados mínimos

No debe olvidarse que las condiciones mínimas para cualquier mascota incluyen un espacio suficiente destinado sólo para ella (pregunte en la tienda de mascotas por las necesidades mínimas de espacio para el animal de su interés). Por ejemplo, es un error pensar que un perro grande sólo puede vivir en espacios grandes. Lo ideal sería que tuviera el espacio suficiente para desplazarse. Sin embargo, un perro grande puede vivir muy bien en departamentos no muy amplios siempre que reciba la educación adecuada.

Esto significa que el animal debe saber que cierto espacio está destinado para que duerma y que sus alimentos los recibirá en cierto lugar y en determinados recipientes. También es importante que se le saque a correr con el fin de eliminar la posible tensión y agresividad acumuladas.

Si el perro sabe cuál es su lugar físico dentro de la casa y dentro de la familia, entonces el problema del espacio deja de ser importante. Respecto de los gatos, gracias a su profundo sentido de la individualidad, se adaptan muy bien a todo tipo de espacios.

Otro de los cuidados mínimos necesarios es la nutrición, que debe ser la adecuada para cada especie. Mucha gente considera apropiado alimentar con sobras a sus perros o gatos, lo que puede ser un gran error. Un veterinario le recomendará la comida específica para su mascota, pero en general, los alimentos industrializados son de buena calidad.

Aunque parezca obvio el siguiente ejemplo, de acuerdo con el médico veterinario Raúl Carrancá Rivera, ex presidente de la Asociación Mexicana de Médicos Veterinarios Especialistas en Pequeñas Especies (AMMVEPE), no se le debe dar el alimento del gato al hurón: "Mucha gente alimenta a los hurones con comida para gatos. Por supuesto, el animalito no se va a morir, pero con el paso del tiempo su salud poco a poco se deteriorará. Debemos recordar que hay alimento específico para hurones, para tortugas, peces, canarios y para perros y gatos".

La medicina preventiva es otro de los cuidados mínimos para las mascotas, la cual debe ser específica para cada es-

pecie. Por medicina preventiva se debe entender vacunas y desparasitaciones. En el caso de perros y gatos, debido a sus hábitos (son animales que hurgan en todos lados), es muy fácil que adquieran parásitos, por lo cual es necesario desparasitarlos cada tres meses a lo largo de toda la vida del animal.

Las enfermedades

Antes de adquirir una mascota también debe considerar las enfermedades que pueden transmitir al ser humano. Entre las más peligrosas destacan las parasitarias. Es muy común que perros, gatos, hurones, etcétera, tengan parásitos. En el caso de perros y gatos, los parásitos son principalmente gusanos planos que en su fase de larva emigran a ciertos órganos, como hígado y cerebro.

También es un hecho que los animales vienen con parásitos desde el nacimiento, o que pueden adquirirlos durante el amamantamiento y al convivir con su camada. Así pues, un procedimiento rutinario de los criadores profesionales que entregan cachorros después de las seis semanas del nacimiento es desparasitarlos en la zona de crianza. Si alguna persona adquiere un animal antes de esa edad, entonces a las seis semanas le debe aplicar la primera desparasitación, a las ocho la segunda, y así cada tres meses.

Debemos insistir en la desparasitación, y en que el dueño debe lavarse las manos después de estar en contacto con su mascota, sin importar la especie.

La rabia, enfermedad infecciosa mortal, ataca, además de a los perros, a gatos y hurones, y en general a todos los animales de sangre caliente, incluido el hombre. Se transmite casi exclusivamente por mordedura de animales carnívoros. Sin embargo, es perfectamente evitable mediante las vacunas.

La toxoplasmosis es una enfermedad transmitida sólo por los gatos, que se infectan al comer pájaros y ratones contaminados por el *Toxoplasma gondii,* un parásito de aquéllos. El ser humano adquiere la enfermedad mediante el contacto con las heces de gato o por consumir carne mal cocida infectada con el toxoplasma. En el caso de las mujeres embarazadas, si están infectadas transmiten la enfermedad al bebé sólo durante una infección muy aguda. Sin embargo, en el feto la enfermedad es muy grave. Es importante que las mujeres embarazadas que no están inmunizadas no toquen gatos ni se acerquen a sus heces. Recuerde que la forma más sencilla de evitar la enfermedad es desparasitando a los mininos.

Ahora bien, si después de considerar todo lo anterior aún quiere tener una mascota, le conviene saber lo siguiente.

Las mascotas y nuestra salud

Según una encuesta de la American Animal Hospital Association, 57% de los dueños de mascotas indicaron que si ellos tuvieran que irse a la mítica isla desierta preferirían la compañía de sus mascotas en lugar de otro ser humano. El estudio encontró también que, en promedio, las mascotas ayudan a sus propietarios a conservarse activos y saludables. Gracias a esta relación, y a sus beneficios, algunas compañías aseguradoras estadunidenses han comenzado a ofrecer pólizas de seguros de vida más bajas a quienes poseen mascotas.

Fuente "El poder del amor de los cachorros", Clínica Mayo, septiembre de 2001

Los sitios no establecidos

En México, la demanda de animales de compañía ha creado algunos problemas, tanto sanitarios como de abuso contra el consumidor, sobre todo en relación con los perros.

Mucha gente los vende en la calle y en los mercados públicos sin ningún control sanitario (no puede saberse si el cachorro ha recibido sus vacunas o si ha vivido en un lugar inadecuado e infestado de parásitos, por ejemplo).

El médico veterinario Raúl Carrancá Rivera consideró preocupante que la gente compre animales en estos luga-

Especies en peligro de extinción

Por ser muy extensa la Norma Oficial Mexicana *NOM-059-ECOL-2001, Protección ambiental-Especies nativas de México de flora y fauna silvestres-Categorías de riesgo y especificaciones para su inclusión, exclusión o cambio-Lista de especies en riesgo*, no la incluimos en este espacio. Para conocer la lista de especies de flora y fauna en peligro de extinciŠn consulte la siguiente p⁄gina web: www.semarnat.gob.mx/dof/marzo02.shtml

res, que existen en las principales ciudades de la República Mexicana, donde nadie garantiza que el cachorro esté libre de alguna enfermedad y que días después no muera. Nadie informa en qué condiciones se cruzó la perra, cómo gestó, cómo parió, cómo lactó.

"Las contaminaciones y los índices de parasitosis son muy altos, sin hablar de enfermedades como el moquillo y el parvovirus, que son muy fáciles de adquirir en estos sitios", dice el doctor Carrancá.

En lugares semejantes quizá haya llegado un cachorro sano, pero es tal el grado de insalubridad que ni siquiera es necesario el contacto directo entre los animalitos para infectarse: la misma gente que anda curioseando y entra en contacto con uno y otro cachorro lleva en sus manos la enfermedad que podría matar a un animal sano. Así pues, el doctor Carrancá considera que no es en absoluto conveniente, sobre todo por motivos de salud, adquirir animales en esos lugares.

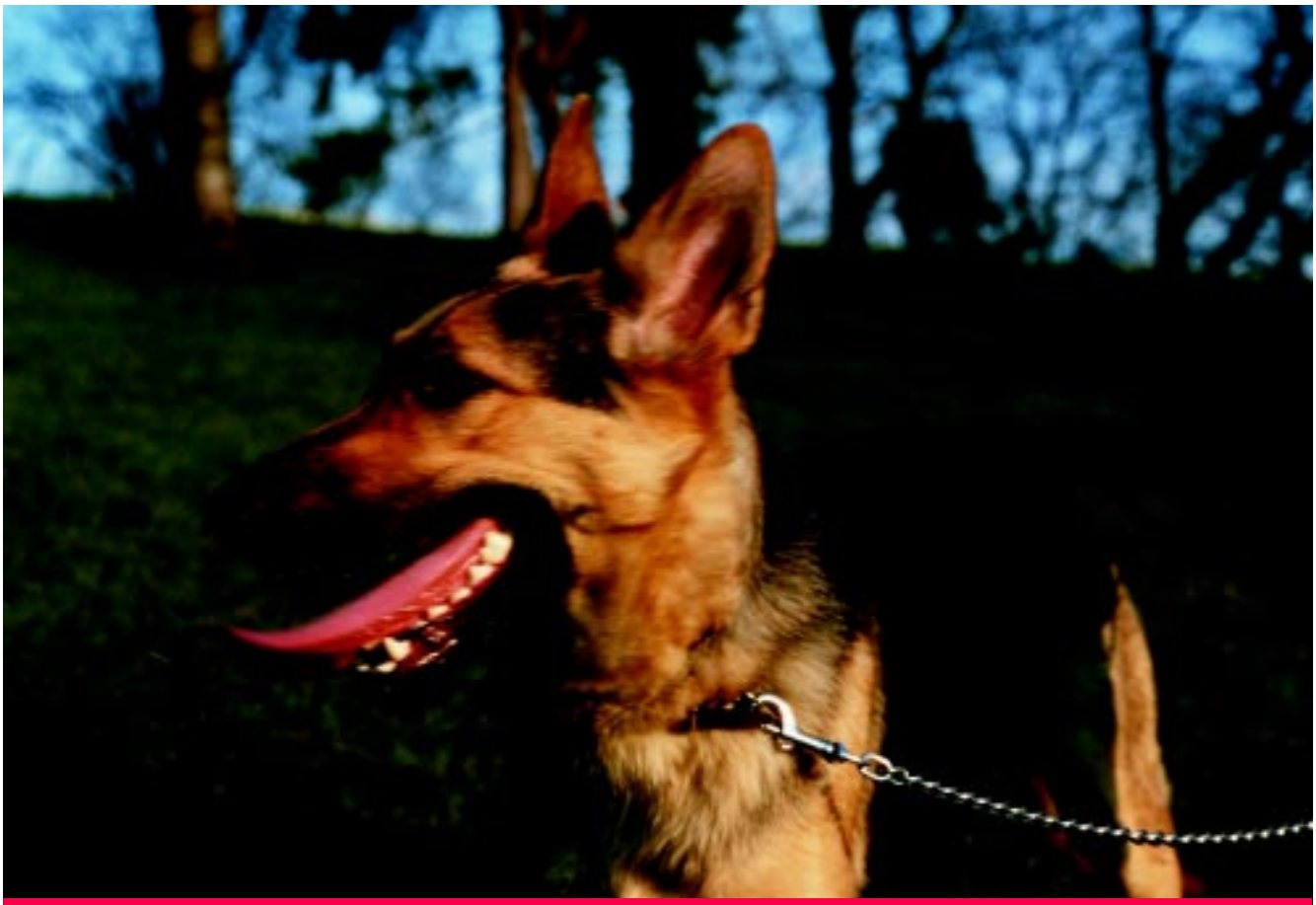
Tampoco es recomendable esta compra porque ahí no cuentan los derechos del consumidor: no se recibe una factura con los registros sanitarios del negocio, el registro federal de contribuyentes del propietario, teléfono, dirección, ni una guía de las desparasitaciones y vacunas que ha recibido el animal que se piensa adquirir.

Durante un sondeo realizado en varios de estos sitios en la Ciudad de México resultó que, por ejemplo, en Pericoapa no se encontró un solo veterinario que asegurara que las mascotas en venta no estaban enfermas o vacunadas. Lo único que los vendedores ofrecieron fue la dirección de un veterinario, quien, según ellos, brinda atención gratuita si el animal enferma.

El panorama en otros lugares en los que se venden mascotas es semejante.

Los sitios establecidos

Si bien aún no se ha terminado de elaborar un contrato de adhesión entre Profeco y las asociaciones canófilas y de médicos veterinarios, cada vez es más



El fecalismo

El principal problema causado por los perros, callejeros y de casa, es el fecalismo. Aunque no contamos con estadísticas confiables de cuántos perros habitan en el país, se menciona que hay uno por cada seis habitantes. En consecuencia, habría en el territorio nacional 15 millones de perros. Si en el Valle de México habitan 18 millones de personas, entonces habría 3 millones de perros, de los cuales casi 2 millones deambulan temporal o permanentemente por las calles, defecando y orinando en cualquier lugar.

Al respecto, es común observar en las zonas urbanas, muy temprano en las mañanas y durante la noche, a personas que sacan a sus mascotas con el fin de que defequen, preferentemente en calles retiradas de su domicilio, en cualquier vereda, camellón, prado, poste o árbol que no sea el suyo.

Se trata de perros de diversas edades, razas y tamaños cuyo peso promedio es de 15 kilos. Se calcula que cada perro ingiere alrededor de 5% de su peso en alimento por día, lo cual equivale a un promedio de 600 gramos de alimento. Si cada perro produce 250 gramos de heces fecales diariamente, multiplicados por 2 millones y medio –consideremos que 500 mil defecan en su casa–, se obtienen 625 toneladas de excremento depositadas día con día en las calles de la Ciudad de México y su zona conurbada.

En la solución de este problema es importante la participación de los propietarios de los perros. Es indispensable que cada vez que éstos saquen a sus animales lleven consigo un dispositivo (parecido a una pequeña pala) o bolsas de plástico para recoger las heces y arrojarlas cerradas en los recipientes de basura. Al respecto, existe la Ley de Justicia Cívica del Distrito Federal, que en su artículo 8º, fracción V, dice que será sancionado el propietario o poseedor de un animal si permite que éste transite libremente, o transitar con él sin tomar las medidas de seguridad necesarias, de acuerdo con las características particulares del animal, para prevenir posibles ataques a otras personas o animales, así como azuzarlo, o no contenerlo, o no recoger las heces fecales del animal.

Fuente "El fecalismo en las calles sí se puede controlar", MVZ Carmen Carbonell de Reinhart (www.mascotanet.com)

común que las tiendas de mascotas –si bien no se puede afirmar que todas– extiendan un contrato de compraventa, una guía de cómo educar a nuestro cachorro y, lo más importante, una garantía que cubra el periodo durante el cual se incuben y manifiesten las posibles enfermedades que pueda desarrollar el animalito.

En algunas tiendas, este periodo de garantía es de 15 días, tiempo razonable para descartar la posible responsabilidad de la tienda o del criador. Según el doctor Carrancá Rivera, el periodo de incubación de enfermedades severas y mortales y, en general, de casi todas las enfermedades de los perros, no pasa de ocho o diez días.

En otras tiendas, la garantía implica que si dentro de este periodo de 15 días el consumidor lleva al perro de regreso con signos de enfermedad, no hay ningún costo extra, ni en medicamentos ni en atención médica, ni en lo que

haya que hacer para devolverle la salud a la mascota. Si en ese lapso el animal fallece, se le devuelve al consumidor la cantidad que pagó por él o se le consigue otra mascota sana, lo que el comprador elija.

Animales exóticos

Ahora bien, si usted cree que puede diferenciarse de otras personas porque en vez de un gato o un perrito posee un animal exótico (por definición, aquel que es introducido en un hábitat diferente al suyo), piénselo dos veces.

No abundan los veterinarios que conozcan las enfermedades de los animales exóticos y sus respectivos tratamientos, sin considerar que muchas de esas especies pueden encontrarse en peligro de extinción, como los tucanes y las guacamayas, que por lo general llegan a nuestras manos a través del mercado negro de animales.

¡Al agua gatos!

Es un error común creer que no debemos bañar a los gatos. Es cierto, los mininos se acicalan solos, pero es necesario bañarlos cada mes o cada mes y medio porque al lamerse la piel es posible que traguen heces y orina de otros gatos. También es bueno cepillarlos cuando menos dos veces a la semana, sobre todo a los de pelo largo. Los gatos tiran pelo, no importa si son de pelo largo o corto, forma parte de su fisiología. Para asear a los animales de pelo largo se necesitan diversos tipos de cepillos, los cuales permiten desenredar y secar el pelo o, en su defecto, hay que llevarlos a la peluquería.

No es recomendable bañarlos con jabones de baño para personas, porque la piel y el pelo de los gatos se deterioran. También se debe tener cuidado con los productos que se venden sin el respaldo de alguna empresa farmacéutica de prestigio. En todo caso, existen laboratorios que tienen productos especiales para el aseo de su mascota.

Fuente Entrevista con el MVZ Raúl Carrancá Rivera

Spa canino

En Xochitepec, Morelos, hay un spa, un hotel de cinco estrellas para perros. Según sus propietarios, en este "hotel de lujo... además del resguardo ofrecemos servicios como masajes, cepillado, recreación física y mental para el perro". En este hotel, mismo que cuenta con diez "habitaciones" de 3 x 1 m, el día de cada huésped comienza a las 7 de la mañana. Recibe su desayuno, sale a defecar, a jugar. Más tarde se somete a una sesión de masajes y se le cepilla el pelo. En algún momento del día recibe sesiones de música para relajarse. Se trata de que los animales se "sientan como en su casa".

Fuente *Reforma*, 23 de febrero de 2003

Como estos animales suelen traficarse mediante el contrabando, se transportan en las peores condiciones. Así, el tucán que llega a alguna casa representa a otros 99 que murieron en el proceso, desde su captura en la selva, su transporte clandestino en condiciones deplorables, hasta los sitios donde los esconden, que también son los peores.

Algunos de estos animales pueden criarse en cautiverio, pero su precio es de unas 10 o 12 veces el de un animal de contrabando debido al permiso respectivo de comercialización, de procedencia perfectamente identificable, etcétera.

Por lo demás, algunas tiendas de mascotas venden animales no domésticos que los veterinarios deben atender aunque no cuenten con el conocimiento médico para ello. Lo anterior sucede porque la gente confunde el concepto de domesticación y cree que ciertos animales son domésticos porque fueron introducidos en el entorno humano y se habituaron a él.

Algunas aves de ornato soportan mejor el estrés que otras, y algunas más están habituadas a la convivencia con los humanos, como los canarios y periquitos australianos. Especies como los tucanes, las guacamayas o las cacatúas se pueden habituar al entorno humano, pero no están domesticadas, y mantenerlas en cautiverio sólo porque son hermosas puede ser una crueldad.

El comercio legal de especies exóticas y de fauna silvestre capturada en el territorio nacional está permitido en los negocios debidamente establecidos y con la norma vigente a la vista (Norma Oficial Mexicana *NOM-148-SCFI-2001, Prácticas comerciales-Elementos normativos para la comercialización de animales de compañía o de servicios, y para la prestación de servicios para su cuidado y/o adiestramiento*).

El establecimiento o vendedor debe tener autorizacion escrita y vigente, expedida por la Dirección General de Vida Silvestre de la Subsecretaría de Gestión para la Protección Ambiental de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat); además, los animales deben contar con una identificación (anillos, grapas, aretes, etiquetas) avalada por el Instituto Nacional de Ecología (INE). En el momento de la compra exija una factura de venta que certifique su adquisición legal y la nota de la granja o importadora de la cual proviene su mascota.

En el caso de especies originarias de otros países se debe contar con certificados de la Convención sobre Comercio Internacional de Especies en Peligro de flora y fauna silvestre (CITES, por sus siglas en inglés), que demuestren la procedencia legal de la especie. La CITES es un acuerdo internacional entre los gobiernos para regular y proteger a las especies en peligro de extinción.

Pero no está de más recordar que, ilegal o regulado, este comercio pone en peligro a muchas especies animales, con la crueldad que ello implica.

Ilustración Mago

Fuentes Entrevista con el médico veterinario zootecnista Raúl Carrancá Rivera • *Cat Family*, Microsoft® Encarta® Online • "El otro tráfico, los animales silvestres", *Conozca más*, junio de 2001 • *Diccionario de Medicina Mosby* (Océano Grupo Editorial, 2001, España) • Stedman, *Diccionario de Ciencias Médicas* (Editorial Médica Panamericana, 1993, Argentina, 25ª edición) • Sondeo de mercado

Tener un perrito

Parece difícil sustraerse a la ternura que despierta un perrito; tal vez por eso mucha gente fácilmente adquiere o adopta uno, sin pensar cuánta dedicación y tiempo deberá brindarle. Sin embargo, en el cuidado que merece un perrito también caben los excesos...

- Líquido antipulgas **$ 65.00**
- Jabón **$ 12.00**
- Champú espuma seca (baño seco para cuando no se puede bañar a la mascota con agua) **$ 80.00**
- Estética (baño, peluquería, cepillado, corte de uñas, limpieza de orejas) **$ 140.00**
- Champú **$ 35.00**
- Tijeras para las uñas **$ 80.00**

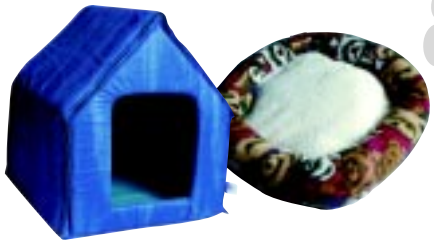
- Botanas para fortalecer los dientes **$ 21.00**

- Carnaza **$ 36.00**

- Vacunas quíntuple (moquillo, parvovirus, hepatitis, coronavirus y parainfluenza) y contra la rabia **$ 230.00**

- Calzón para mascotas y toallas sanitarias para hembras en celo, con 5 piezas **$ 153.00**

- Cepillo y pasta de dientes **$ 129.00**
- Enjuague bucal **$ 35.00**



- Casa **$ 300.00**
- Camita **$ 120.00**

- Perfume **$ 85.00**

- Corbata **$ 35.00**
- Suéter **$ 82.00**
- Gorra **$ 36.00**
- Vestido **$ 85.00**

- Pechera **$ 90.00**
- Capa con borrega **$ 120.00**
- Chamarra afelpada **$ 90.00**
- Mameluco **$ 110.00**

- Puerta para animales **$ 420.00**

- Placa de identificación **$ 30.00**

- Recogedor **$ 95.00**

- Collar de castigo **$ 25.00**
- Collar con correa **$ 55.00**
- Cadena metálica **$ 55.00**
- Curso básico de obediencia **$ 3,950.00**

- Plato para croquetas **$ 26.00**
- Croquetas (15 kg) **$ 160.00**
- Bebedero **$ 85.00**

- Bozal **$ 55.00**

- Pelota **$ 22.00**

- Juguete **$ 28.00**

- Desparasitación **$ 80.00**
- Pensión **$ 200.00** diarios

Todo lo anterior suma $ 7,455.00, cantidad que si bien **no se gasta de una sola vez**, sí constituye una "renta" mensual (además de la alimentación y la higiene del animal, o la visita periódica al veterinario) que bien puede llegar a ser gravosa por tantos accesorios que a fin de cuentas pueden ser prescindibles.

Amos que aman a sus mascotas

Por Gerardo Escalante Mendoza

Una mascota debe recibir los cuidados y el cariño que merece. Al tener una, ¿se imaginó las responsabilidades y gastos que implica tener un animal de compañía? Algunos consumidores opinan al respecto.

Antes de comprar una mascota, todas las personas deberían pensar que un animal de compañía necesita muchos cuidados. Por ejemplo, yo he tenido peces y tortugas pero "no me duran", posiblemente porque están fuera de su hábitat, por la falta de atención especializada o quizá porque no los cuidé adecuadamente. Sin embargo, yo tengo dos perros que sí atiendo, aunque para ello recibo ayuda de parte de mi familia.

Mariana Verónica Aragón
23 años
Cajera

Creo que la gente no debería tener mascotas si no las va a cuidar, pues luego se convierten en animales abandonados, en "fauna nociva". Tengo en casa dos perros y una gata. Nunca he tenido problemas con ellos, al contrario, uno de mis perros es muy juguetón, parece un niño, es como atender a un bebé. Algo chistoso es que los dos perros quieren mucho a la gata, lo cual no es muy común.

Marilyn Muñoz
20 años
Estudiante

Antes yo sólo tenía una perrita, pero me encontré otra y la adopté. No tenía idea del tiempo que le tenía que dedicar a dos mascotas, no es que me arrepienta, pero ¡la segunda come más que la primera! Mensualmente gasto unos $ 250 porque ahora tengo que comprar más comida. Conviven de buena manera, y tienen un buen espacio para hacerlo.

Mayolo Mejía
51 años
Ingeniero

La gente debería apreciar más a las mascotas, darles buen trato y pensar que tener una implica responsabilidad. Llevo siete años con mi perro y me gasto cerca de $ 400 al mes, además de los tratamientos médicos que debo procurarle para cuidar su salud.

Jair Uriel
18 años
Estudiante

Estamos muy atrasados en cuanto a la educación y los hábitos que debe uno seguir si tiene mascotas, por ejemplo, en algunos países la gente sale con sus perros y una bolsa para recoger la suciedad. En cambio, en México hay suciedad en los prados, las banquetas, las calles ¡en todos lados!
Toda mi vida he cuidado perros, ahora tengo dos en la casa. El dinero que desembolso para ellos, unos $ 430 al mes, no lo veo como un gasto, sino como una inversión.

José Luis Castillo
38 años
Licenciado en Administración

Yo tengo un gato, y entre alimentos y accesorios, como la caja para la arena, talco antipulgas, collares y repelente para que no se suba a los muebles, gasto unos $ 250 al mes, pero eso no debe importar si uno los ama. Yo creo que cuido muy bien a mi gato, por eso les paso al costo unos *tips*: los gatos deben andar libres, nunca los encadenen ni los encierren, les gusta el agua simple, no deben comer mucho pescado y no hay que bañarlos; poca gente sabe esto.

Ariadna López
23 años
Empleada

Antes de comprar una mascota hay que pensar en la atención que necesita. Una mascota no es un juguete, es más bien una compañía, para muchas personas resulta una terapia contra lo soledad. Yo leo y me informo sobre los aspectos básicos porque no soy de los que cree que el veterinario va a resolver todos mis problemas.
Mi perro es como un niño, lo que más me agrada es que me despierta todas las mañanas: se mete debajo de las cobijas y me espanta.

Aliet Abundi
20 años
Estudiante

No hay mucha conciencia de las necesidades de un cachorro y de que se trata de algo más que una compañía. Las mascotas te complementan mucho la vida, son una muy buena terapia. Tengo unos cachorros a los que les tengo que dedicar una parte importante de mi tiempo y, la verdad, no pensé que sería así. Si no cuidamos a nuestras mascotas, que se supone que queremos, ¡imaginen cómo nos comportaremos con las personas!

Diana Negrete
35 años
Empleada

Tengo dos perros y un gato que no representan ninguna carga para mí. Bueno, gasto cerca de $ 600 al mes en su aseo y alimentación, pero el cariño que ellos me brindan no tiene precio. No me animo a tener mascotas de las llamadas exóticas, porque tengo conciencia del desequilibrio ecológico que eso significa, todas las personas que tienen una mascota de ese tipo están haciendo algo catastrófico.

Héctor Miguel
26 años
Estudiante

Memoriza tus derechos

¿Conoces tus derechos como niño? ¿Qué tal tus obligaciones? Para que no se te olviden ni unos ni otras, aquí te presentamos un memorama con el que te vas a divertir muchísimo.

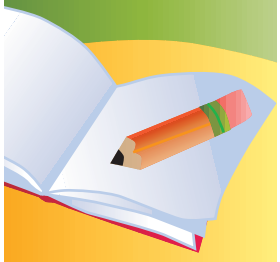
Por Dora Torres Ponce

Quizá te parezca de lo más normal vivir en un mundo lleno de información y opciones, donde puedes expresar lo que piensas y tienes libertad de elegir; sin embargo, los niños del mundo no siempre vivieron ni viven la misma situación. Por tal motivo, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó en 1989 la Convención Internacional de los Derechos del Niño a fin de establecer los derechos humanos especialmente pensados para dar atención y protección a los pequeños de todo el mundo.

Los derechos siempre implican obligaciones, así que para exigir a los demás que respeten los tuyos, primero tienes que conocerlos bien y también cumplir, por tu parte, con ciertos deberes. ¿Quieres saber cuáles son y que nunca se te olviden?, pues de eso se trata este memorama. Sólo pega en una cartulina la página donde aparecen las cartas y después recorta cada una. ¡Invita a tus amigos a jugar!

Tengo derecho
a un hogar

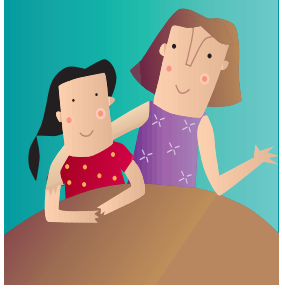
Tengo derecho
a la educación



Tengo derecho
a expresar lo que siento

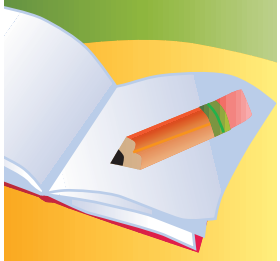
Tengo derecho
a no ser discriminado

Tengo derecho
a que me protejan
contra la explotación



Tengo la obligación
de conservar mi casa
limpia y en orden

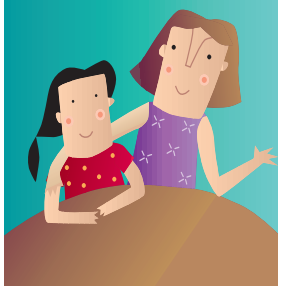
Tengo la obligación
de hacer mis
tareas escolares



Tengo la obligación
de respetar la opinión
de los demás

Tengo la obligación
de aceptar a los demás
tal como son

Tengo la obligación
de denunciar abusos



Tengo derecho
a un nombre y a
una nacionalidad

Tengo derecho
a una vida segura
y saludable

Tengo derecho
a que me protejan
contra abusos
y malos tratos

Tengo derecho
a formar parte
de una familia

Tengo derecho
a la paz y a la libertad

Tengo la obligación
de conocer la cultura y
la historia de México

Tengo la obligación
de cuidar mi salud

Tengo la obligación
de respetar a las demás
personas

Tengo la obligación
de ser buen hijo
y buen hermano

Tengo la obligación
de no usar la violencia
para resolver un problema

Ilustraciones Mónica Miranda Villalba

Ofertas incumplidas

Los felicito por su revista y les escribo porque quiero comentarles acerca de dos situaciones por las que he pasado varias veces en la tienda Carrefour.

Una de ellas es que a la hora de llegar a la caja para pagar, resulta que los productos que estaban en promoción ya no lo están porque la oferta terminó.

La segunda es que hay un cajero automático en esa tienda que jamás funciona, pero no anuncia que está fuera de servicio, por lo que uno se da cuenta de que no sirve hasta que intentó hacer la transacción y ya gastó en la operación.

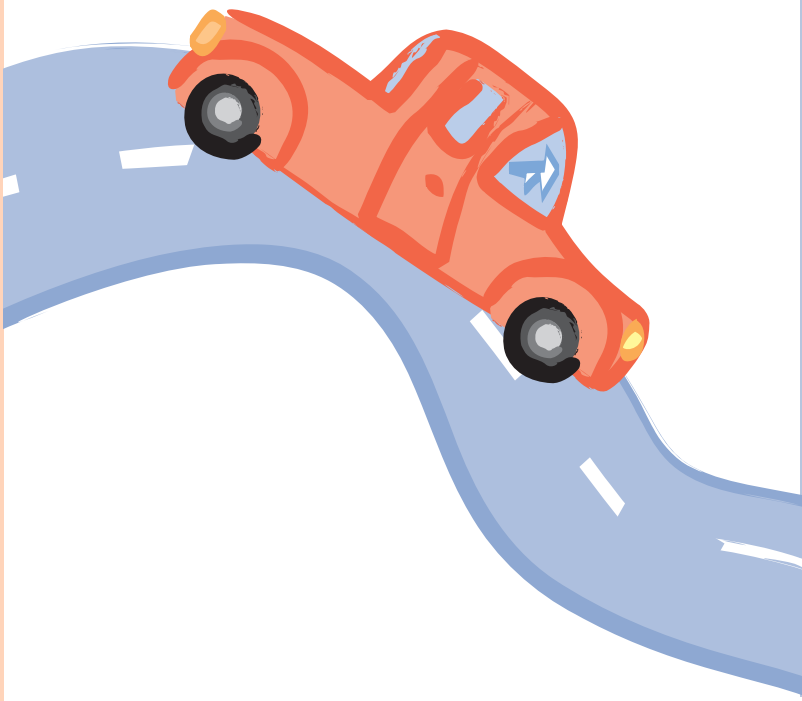
Les agradecería que publicaran mi carta para prevenir a los demás consumidores.

Velia Villagómez Morales

La tienda Carrefour está obligada a cumplir con las ofertas que anuncia, ya que en términos de lo dispuesto por los artículos 32, 35 y 37 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, la información o publicidad relativa a bienes o servicios que el proveedor difunda por cualquier medio deberá ser veraz, comprobable y exenta de textos, diálogos, sonidos, imágenes y otras descripciones que induzcan o puedan inducir a error. Además, el artículo 42 del mismo ordenamiento señala que los proveedores deberán respetar los términos y condiciones ofrecidos o implícitos en la publicidad.

En caso de que la tienda Carrefour siga incumpliendo con sus ofertas y promociones, se puede hacer acreedora a una sanción, a la reposición de los gastos necesarios que pruebe haber realizado el adquiriente y, en su caso, al pago de daños y perjuicios. Le pedimos que nos haga llegar los elementos relativos a esta publicidad engañosa con el fin de corregir esa conducta por parte de Carrefour.

Por otro lado, la instancia competente para intervenir en problemas como el que ha tenido con el cajero automático que nos comenta es la Comisión Nacional para la Defensa y Protección de los Usuarios de Servicios Financieros; usted puede presentar su queja en las oficinas ubicadas en Insurgentes Sur 762, colonia Del Valle, en la Ciudad de México, o llamar a los teléfonos 5848-7000 y 01-800-714-9869.



Envíenos sus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F., al fax (55) 5553-0574, o a rconsumidor@profeco.gob.mx

Sin auto de Conauto

Hace 16 meses contraté el financiamiento de un auto Ford Fiesta con Conauto. Según el contrato, después de pagar 15 mensualidades debían entregarme la unidad, lo que sí sucedió, pero con el detalle de que el parabrisas delantero estaba estrellado.

La gerencia de la agencia me ofreció pagar el Renave y cambiar el parabrisas en cuanto llegara uno nuevo de no sé dónde.

Tuve que rogarles durante ocho días para que me dieran una constancia del incidente; después de varias visitas y múltiples llamadas, no han cambiado mi parabrisas argumentando que no les ha llegado el nuevo.

Además, se niegan a darme el número telefónico de las oficinas centrales en México y, la verdad, no sé qué tan grave es que yo haya aceptado el auto en estas condiciones.

Laura C. Botello B.
Salamanca, Guanajuato

En virtud de que el auto que adquirió es nuevo, el proveedor tiene la obligación de entregárselo en perfecto estado, de lo contrario, usted tiene el derecho de exigir el cambio de los componentes o partes que presentan deficiencias o, si lo prefiere, la reparación para que el automóvil esté en condiciones de uso.

Por otro lado, el artículo 80 de la Ley Federal de Protección al Consumidor determina que los productores deberán asegurar y responder por el suministro oportuno de partes y refacciones, así como del servicio de reparación durante el término de vigencia de la garantía y mientras los productos sigan fabricándose, armándose o distribuyéndose.

Si la agencia Ford con la que contrató el autofinanciamiento continúa evadiendo la responsabilidad de reparar su parabrisas, la invitamos a que formalice su queja acudiendo a la delegación Profeco más cercana a su domicilio, solamente necesita presentar dos copias de los documentos relativos al contrato, así como el nombre y el domicilio del proveedor.

¡No me dejan cancelar!

Los días 15 de octubre y 28 de noviembre de 2002 mandé a Reader's Digest una carta para que cancelaran mi suscripción a la revista *Selecciones*.

Tal parece que no hacen caso a mi petición, pues el 16 de diciembre de 2002 llegó a mi domicilio una forma de pago para la renovación de mi suscripción por la cantidad de $ 319. ¿Existe alguna forma de que entiendan que necesito cancelar la suscripción y que no quiero que la renueven automáticamente?

Margarita Alvarado E.

Reader's Digest está obligado a respetar todas las modalidades de la contratación, y no obligarla a renovar automáticamente su suscripción.

Por tal motivo, y con el propósito de obtener la solución a su problema lo más pronto posible, nos comunicamos con el representante legal de la empresa, Erika Galindo Casasola, quien le pide haga caso omiso de cualquier recordatorio de cobro posterior al día 20 de febrero de 2003, fecha en la que ella se comprometió a dar por cancelado el contrato.

Para cualquier duda o comentario, nos ponemos a sus órdenes en los Teléfonos del Consumidor: 5568-8722 o también al 01-800-468-8722, larga distancia sin costo.

Abril

La palabra "abril" tiene su origen en el vocablo latino *aprilis*, literalmente "(mes) de Venus", probablemente de origen etrusco, porque es de la misma familia del etrusco *apru* (abril), la cual a su vez quizá se haya originado en el griego *Aphró*, una forma abreviada de *Aphrodite*, diosa griega del amor, identificada con la Venus romana. El etrusco era la lengua que hablaban los habitantes del antiguo país de Etruria, en el centro de Italia.

Ilustración: Roberto Paz

30 de abril, Día del Niño

Todos los días del año, pero durante éste en especial, festejamos a nuestros niños.
En México, no fue hasta 1924 cuando el presidente Álvaro Obregón estableció el 30 de abril como el día oficial para celebrar a los niños con motivo de la primera Declaración de los Derechos de los Niños, avalada ese mismo año por la Liga de las Naciones, organismo precursor de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). En esta primera Declaración de los Derechos del Niño se estableció que "la humanidad les debe a los niños lo mejor que tiene para ofrecer". En 1948, la ONU aprobó una segunda Declaración de los Derechos del Niño en la cual figuraban siete puntos. El 20 de noviembre de 1959, la Asamblea General de las Naciones Unidas se reunió especialmente para aprobar una tercera Declaración de los Derechos del Niño. Por último, en 1989, por unanimidad, la Asamblea General de la ONU aprobó la Convención sobre los Derechos del Niño, la cual entró en vigor el 2 septiembre de 1990, con fuerza legal para todos los Estados que la ratificaran.

Efemérides

2 1844 Se inaugura la Biblioteca Nacional de México.
07 1948 Se establece la Organización Mundial de la Salud, con lo cual surge la celebración del Día Mundial de la Salud.
10 1919 Emiliano Zapata muere asesinado en la hacienda de Chinameca, Morelos. Nació en 1879.
11 1861 Francisco González Bocanegra, autor de la letra del Himno Nacional, muere de tifus en la Ciudad de México.
13 1875 Se funda la Academia Mexicana de la Lengua.
17 al **20** Semana Santa.
17 1695 Muere en la Ciudad de México Sor Juana Inés de la Cruz. Nació el 12 de noviembre de 1648.
19 1998 Muere Octavio Paz, ganador del Premio Nóbel de Literatura en 1990. Nació en 1914.
21 1914 Heroica defensa de Veracruz contra la invasión estadunidense.
27 Día de la Trabajadora Doméstica.
28 1402 Nace Nezahualcóyotl, rey de Texcoco.
28 1836 España reconoce la Independencia de México.
30 Día del Niño.

Pescado de Abril

Éstas son las especies de pescado más económicas de la temporada. ¡Anímese a probarlas!

Conejo

Berrugata

Pámpano

Sargo

Bandera

Chopa

Guavina

Angelito

Mero

Pargo

Carito o peto

Gurrubata

Jurel

Villajaiba

Calamar

Sierra

Todo el año:

Almeja, bagre, besugo, carpa, cazón, cojinuda, corvina, lenguado, lebrancha, lisa, mojarra, rubia y tilapia.

DOMINGO | LUNES | MARTES | MIÉRCOLES | JUEVES | VIERNES | SÁBADO

Inicia el Horario de Verano

A partir de las 2 de la mañana del domingo 6 de abril, hasta las 2 de la mañana del domingo 26 de octubre, estará vigente el Horario de Verano. En México, durante los meses comprendidos dentro del Horario de Verano, la luz solar es más prolongada. Esto se debe a la inclinación del eje de la Tierra y al movimiento de traslación, lo que produce periodos de insolación (tiempo del día en el que caen los rayos solares sobre un punto dado de la Tierra) más largos.

Con el fin de ahorrar energía, a partir de 1996 se estableció en México el Horario de Verano, que consiste en adelantar el reloj una hora en la parte del año en que se presenta la mayor insolación. Según una evaluación del Instituto de Investigaciones Eléctricas, en seis años (1996-2001) los ahorros de energía, resultado de aplicar el Horario de Verano, suman 6,262 millones de kWh, lo que equivale a la electricidad consumida por casi los 22 millones de hogares del país durante más de nueve semanas.

Día Mundial de la Salud 2003

El 7 de abril de cada año se celebra el Día Mundial de la Salud. Este año, el tema principal serán los ambientes saludables para los niños. Al crear entornos saludables en el hogar, la escuela y la comunidad en general, se podrán salvar muchas vidas, ya que en el mundo cada año mueren cerca de 5 millones de niños por enfermedades relacionadas con el medio ambiente.

1 Hugo	2 Ofelia	3 Sixto	4 Isidoro	5 Emilia		
6 Celso	7 Rufino	8 Dionisio	9 Demetrio	10 Ezequiel	11 Isaac	12 Julio
13 Martín	14 Valeriano	15 Anastasia	Julia	17 Esteban	18 Perfecto	19 León
20 Crisóforo	21 Anselmo	22 Sotero	23 Jorge	24 Fidel	25 Marcos	26 Marcelino
27 Montserrat	28 Valeria	29 Catalina	30 Jaime			

Frutas y verduras del mes

Lechuga (hasta febrero)

Tomate (hasta febrero)

En nuestro próximo número

Sonría a la cámara

Existen un sinfín de modelos de cámaras digitales: las hay con diferentes funciones, capacidades, memorias, lentes, etc. Antes de decidirse por una, échele un ojo a este estudio en el que los expertos de nuestro Laboratorio de Pruebas se pusieron guapos para decirle cuáles son las de mejor calidad.

Apague su cigarro

Los médicos lo han dicho hasta el cansancio y las estadísticas lo constatan: fumar no sólo puede ser nocivo, llega a ser mortal. Y mientras las estadísticas crecen, la industria tabacalera prospera. Lo invitamos a conocer las cifras negras del tabaquismo y las cifras monetarias que maneja la industria del cigarrillo.

La sartén por el mango

Las sartenes antiadherentes nos permiten cocinar con menos grasa, por lo que no hace falta batallar con ellas a la hora de lavar los trastes. Con el fin de que al comprar uno de estos utensilios elija el mejor, los expertos de nuestro Laboratorio echaron de todo a la sartén y le informan los resultados.

El valor del ama de casa

Si usted es de ésos que piensan que el trabajo de las amas de casa es cualquier cosa, se sorprenderá al leer este artículo y darse cuenta de todo lo que ellas hacen para que la vida de los integrantes de la familia sea más fácil. No sólo eso, si este trabajo se tuviera que pagar con dinero, le decimos cuánto le costaría.

Ring, ring...

Tal vez no exista un medio de comunicación tan eficiente como el teléfono, sobre todo cuando estamos muy lejos de nuestros seres queridos, o tenemos que resolver un problema o cerrar un negocio a distancia... Descubra en esta radiografía de los servicios cuáles son sus mejores opciones en telefonía de larga distancia.

La *Revista del Consumidor,* publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en los teléfonos 5611-7379, 5611-7523 o 5598-6781. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.
Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de los consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F. Editora responsable: Mónica Braun. Tiraje: 100,000 ejemplares.

Para darle un mejor servicio

- Información
- Orientación
- Quejas
- Denuncias
- Suscripciones a la Revista del Consumidor

- Comunicación con la TV Revista del Consumidor y El cuarto del consumo

- Correo de voz
- Atención personalizada

En el Teléfono del Consumidor

5568-8722
01-800-468-8722

Con 60 líneas a su disposición las 24 horas, todos los días del año. Porque usted tiene el poder... Profeco lo respalda.

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

La nutrición de los niños mexicanos

Por Armando Aguilar

Nutrimentos que consumen los preescolares
(considerando como ideal el 100%)
proteína: 194.3%, vitamina C: 135%, calcio: 94.2%, vitamina A: 62.9%, hierro: 45.2%, zinc: 38%, energía: 67.4%

Nutrimentos que consumen los niños en edad escolar
(considerando como ideal el 100%)
proteínas: 155.5%, grasas: 72.8%, energía: 69.4%, vitamina A: 47.3%, vitamina C: 96.5%, zinc: 52.4%, hierro: 69.8%, calcio: 67.9%

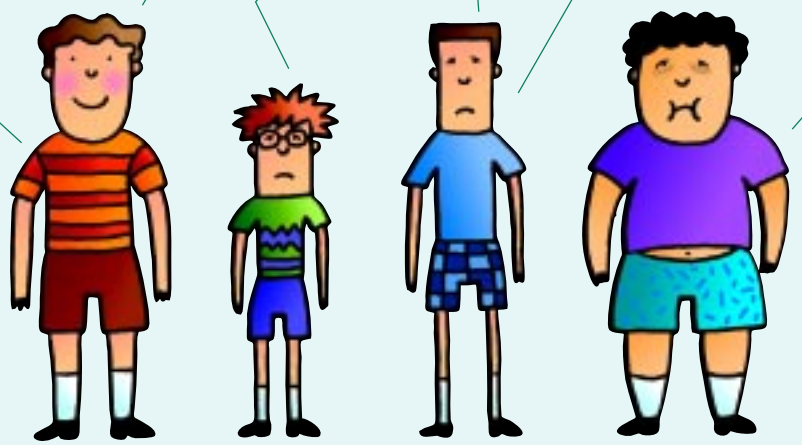
Tienen talla baja
Preescolares: 17.8%
Edad escolar: 16.1%

Tienen bajo peso
Preescolares: 7.6%
Edad escolar: 4.5%

Tienen bajo peso para su talla
Preescolares: 2.1%
Edad escolar: 1.0%

Padecen anemia
Preescolares: 27.2%
Edad escolar: 19.5%

Con sobrepeso u obesidad
Preescolares: 5.5 %
Edad escolar: 27.2%



Nota: Los preescolares son niños menores de 5 años; los escolares son niños entre 5 y 11 años de edad.

De qué se alimentan al día los escolares mexicanos

Fuente *Encuesta Nacional de Nutrición 1999.* México, Instituto Nacional de Salud Pública, 2001.
(Para la mejor comprensión de los datos, consulte el resumen que publicamos en las páginas 60 y 61).

0 10722 99597 3 00314
Exhibir hasta el 30 de abril de 2003